



DIRECTION DU DEVELOPPEMENT ET DE LA COOPERATION **DDC**  
DIREZIONE DELLO SVILUPPO E DELLA COOPERAZIONE **DSC**  
SWISS AGENCY FOR DEVELOPMENT AND COOPERATION **SDC**  
AGENCIA SUIZA PARA EL DESARROLLO Y LA COOPERACION **COSUDE**

Département fédéral des affaires étrangères  
Dipartimento federale degli affari esteri  
Federal Department of Foreign Affairs  
Departamento Federal de Asuntos Exteriores

FACHDIENST IBU  
SeSe IFU

Fachdienst Industrie, Berufsbildung und Urbanisierung

from 10.10.00 on: Employment and Income Division

Service Sectoriel Industrie, Formation professionnelle et développement Urban

data\PAI-Issue Paper Gender  
IC-HIF-BSM

Industry, Vocational Education and Urban Development Service

TEL + 41 (0)31 322 34 72

FAX + 41 (0)31 323 08 49

Lors de la rédaction du document thématique que vous avez entre les mains, plusieurs sources ont été

**PAI/PPE ISSUE PAPERS**

Promotion de l'artisanat et de l'industrie (PAI)  
Promotion de la petite entreprise (PPE)

# L'approche "genre" dans l'appui à la promotion de la petite et moyenne entreprise

**Décembre 1998**

**1**

utilisées. D'une part, les résultats de l'atelier consacré à la promotion de la petite entreprise qui a été organisé en juin 1997 à Berne par le service sectoriel IFU dans le cadre du mandat de backstopping PAI (promotion de l'artisanat et de l'industrie). D'autre part, les documents mentionnés dans la bibliographie. Mme Anita Gehriger a rédigé ce document. Elle a bénéficié du soutien d'un groupe de rédaction formé de Mme Doris Romer, de Mme Ursula von Gunten et de M. Hilmar Stetter.

Dans son programme de travail actuellement en cours, le service sectoriel IFU s'est fixé pour objectif de rédiger ce document thématique, qui entend apporter sa pierre à l'édifice des programmes de PAI.

### **OUTILS PAI (CIP/SED TOOLS) DISPONIBLES :**

- SDC/FD IBU                      Checklist for Preparing (Pre-)Feasibility Studies for Industrial Projects, 20.5.91
- CIP/SED Tool No 1              "Developing a Country Concept"/The CIP-Cube, October 1994 (new version of September 1997)
- CIP/SED Tool No 1a             "Developing a Country Concept": Guideline/Checklist for Preparing Rapid Appraisals at Macro, Meso and Micro Level, August 1997
- CIP/SED Tool No 1a             "Développer un Concept pour un Pays": Aide mémoire pour les collectes d'informations au niveau macro, meso et micro
- CIP/SED Tool No 2              "Developing a Country Concept": Instruments of Small Enterprise Development
- ISSUE PAPER No 1
  - o Der Gender-Ansatz in der Handwerks- und Industrieförderung
  - o The Gender-Approach in Small Enterprise Development
  - o L'approche "genre" dans l'appui à la promotion de la petite et moyenne entreprise
  - o El enfoque de género en la promoción del artesanado y la industria
- ISSUE PAPER No 2              Promotion de la petite entreprise en Afrique

### **CIP/SED TOOLS EN PREPARATION:**

- No 3: Indicateurs au niveau des programmes (1998)
- No 4: Appui aux organisations du niveau meso (1999)

# SOMMAIRE

<u>RÉSUMÉ</u>	<u>2</u>
---------------	----------

<u>1ÈRE PARTIE: POUR UNE PROMOTION DE L'ARTISANAT ET DE L'INDUSTRIE (PAI)</u>	
<u>SENSIBLE À L'ASPECT GENRE</u>	<u>6</u>

<u>2ÈME PARTIE: LES BASES THÉORIQUES</u>	<u>7</u>
--	----------

1. CONCEPTS ET DÉFINITIONS	7
A) GENRE	7
B) L'APPROCHE GENRE	7
C) LES OUTILS PERMETTANT UNE APPROCHE GENRE	8
D) LES BESOINS PRATIQUES ET LES BESOINS STRATÉGIQUES LIÉS À L'ASPECT GENRE	8
2. LES GOULOTS D'ÉTRANGLEMENT INDÉPENDANTS DU GENRE (LIÉS À LA PAUVRETÉ) ET LEURS CONSÉQUENCES	9
A) CONSÉQUENCES POUR LES MICRO-ENTREPRENEUSES ET LES MICRO-ENTREPRENEURS	9
B) CONSÉQUENCES POUR LE PERSONNEL DES MICRO-ENTREPRISES	10
3. LES INJUSTICES QUE SUBISSENT LES FEMMES SPECIFICIQUEMENT EN RAISON DE LEUR SEXE	11
A) LES MICRO-ENTREPRENEUSES	11
B) LES FEMMES EMPLOYÉES DANS DES MICRO-ENTREPRISES	13
C) CARACTÉRISTIQUES DES PME DIRIGÉES PAR DES FEMMES ET LEURS STRATÉGIES (LORS DE GOULOTS D'ÉTRANGLEMENT)	14
4. CONCLUSIONS	16

<u>3ÈME PARTIE: QUESTIONS À POSER TOUT AU LONG DU CYCLE D'UN PROJET</u>	<u>17</u>
---	-----------

1. L'ANALYSE ET L'IDENTIFICATION DU PROJET	17
2. LA PLANIFICATION DU PROJET ET DE SES DIFFÉRENTES PHASES / LA MISE AU POINT DE MÉTHODES ET D'INSTRUMENTS	19
3. LA PHASE DE MISE EN ŒUVRE	19
4. LE SUIVI ET L'ÉVALUATION	20
5. LA DÉCISION DE POURSUIVRE OU NON UN PROJET	20

BIBLIOGRAPHIE	22
---------------	----

## RÉSUMÉ

---

### **Pourquoi publier un document thématique sur l'approche genre dans la promotion de l'artisanat et de l'industrie (PAI)?**

Dans le contexte du mandat de backstopping de la PAI, Intercooperation a organisé un séminaire consacré à la promotion des micro-entrepreneuses. Ce séminaire, qui a eu lieu en juin 1997, a permis de mettre en évidence trois aspects importants:

- Le niveau des participants au séminaire était très **hétérogène** quant à leurs connaissances, à leurs expériences et à leur approche de la PAI en général et de l'aspect genre en particulier.
- Dans la "communauté PAI" suisse, les personnes concernées sont souvent **désorientées** lorsqu'elles travaillent sur l'approche genre dans le contexte de la promotion de la petite entreprise.
- Il est **nécessaire et important** d'intégrer une **approche genre** à la promotion de la petite entreprise.

C'est pour ces trois raisons que le service sectoriel IFU a chargé Intercooperation, dans le cadre du mandat de backstopping PAI, d'élaborer un document sur l'approche genre dans la promotion de la petite entreprise. Il s'adresse plus particulièrement aux responsables et aux chefs de projets de PAI ainsi qu'aux organisations de régie en relation avec la DDC. Nous avons choisi de présenter le sujet et d'y joindre une check-list qui permettra aux personnes concernées de prendre en compte l'aspect genre tout au long du cycle des projets dont elles ont la responsabilité.

### **Quel est le but d'une PAI sensible au genre?**

Il s'agit de promouvoir un développement équilibré femmes-hommes dans les domaines de la justice sociale, de l'efficacité économique et de la durabilité des actions de développement. Pour atteindre ce but, on utilisera des stratégies de promotion adaptées aux conditions dans lesquelles vivent les hommes et les femmes, à leurs possibilités et à leurs besoins respectifs.

### **Quelle est la définition des principaux termes utilisés dans ce contexte?**

En anglais, **gender** (contrairement à *sex* qui fait référence au sexe biologique) désigne les rôles sociaux « masculins » et « féminins » ainsi que les relations femmes-hommes. Contrairement aux rôles imposés par le sexe biologique, les rôles de type genre ne sont pas imposés par la nature. Forgés par la société et les valeurs sociales, ils ne sont pas immuables.

Lorsque nous parlons de *développement équilibré femmes-hommes* (ou d'approche genre), nous tentons de comprendre quelles sont les relations et les rôles induits par les valeurs dominantes et quels sont les conditions et les besoins spécifiques qui devront être respectés lors de la formulation d'objectifs, de méthodes et d'indicateurs. D'autre part, la DDC vise à ce que, grâce à sa politique de développement équilibré femmes-hommes, ses programmes et ses projets soient au moins aussi utiles aux femmes qu'aux hommes.

Pour appliquer une politique genre, nul besoin de développer et d'introduire de nouvelles méthodes. Il convient d'intégrer la dimension genre dans **les méthodes et les instruments qui existent déjà**.

Lorsque les **besoins pratiques liés à l'aspect genre**<sup>1</sup> sont satisfaits, la situation des femmes et des hommes s'améliore immédiatement, bien que les déséquilibres existants ne soient pas forcément remis en question. Avec les **besoins stratégiques** on touche à la situation spécifique de l'homme et de la femme. L'amélioration de la situation de la femme passe par une prise en compte de ses besoins stratégiques.

### **Quels sont les points communs entre les micro-entrepreneuses et les micro-entrepreneurs?**

Indépendamment de leur sexe, les micro-entrepreneurs et les micro-entrepreneuses ont de nombreux problèmes liés à la pauvreté dans laquelle ils vivent. Ces goulots d'étranglement les poussent à adopter des stratégies particulières: politique de faible croissance<sup>2</sup>, utilisation du capital de l'entreprise pour faire face à des dépenses privées exceptionnelles, peu d'investissements, prise de décisions à court terme, non-respect des normes de qualité, exploitation des employés, coûts de production relativement élevés étant donné la petite taille de l'entreprise.

### **Quelles sont les différences qui existent entre les micro-entrepreneuses et les micro-entrepreneurs?**

Nous avons vu que les problèmes économiques touchent aussi bien les hommes que les femmes (les femmes toutefois dans une plus large mesure), mais on relève par ailleurs des problèmes spécifiquement féminins.

#### **Ces problèmes de type genre sont de 4 ordres:**

- **Problèmes d'ordre juridique:** dans certains pays, par exemple, les femmes ne peuvent pas effectuer d'opérations financières ni acquérir des terres sans le consentement d'un parent de sexe masculin. Elles sont aussi défavorisées par d'autres dispositions juridiques.
- **Problèmes d'ordre socioculturel (coutumes et/ou valeurs morales):** dans la plupart des cultures, les activités typiquement féminines ou masculines sont très figées. Autrement dit, les femmes n'ont pas accès aux activités réservées aux hommes. Bien souvent, elles doivent se contenter d'assumer les tâches domestiques.
- **Problèmes d'ordre social et domestique:** les femmes se chargeant de la plupart des tâches familiales, elles ont une double journée de travail. Comme leur mobilité est réduite, elles sont par ailleurs obligées d'avoir un lieu de travail proche de leur domicile, ce qui limite d'autant le choix d'un secteur d'activité.
- **Problèmes d'ordre institutionnel:** les femmes sont souvent peu représentées dans les organisations de PME. Elles ont rarement accès aux systèmes d'information, aux réseaux professionnels et à une formation professionnelle dans un secteur moderne et dynamique.

Tous ces goulots d'étranglement poussent les micro-entreprises féminines à adopter des stratégies particulières: de taille réduite, elles enregistrent une croissance irrégulière, se retrouvent souvent dans des secteurs peu dynamiques et ont une productivité peu élevée. Par ailleurs, elles se concentrent dans un petit nombre de secteurs économiques, qui ne leur donnent qu'un accès limité aux marchés. Fréquemment localisées près du domicile de l'entrepreneuse, elles ne garantissent pas toujours la proximité au client. Quant aux micro-entrepreneuses elles-mêmes, elles acceptent un manque à gagner pour réduire

---

<sup>1</sup> En anglais: *practical genre-needs*.

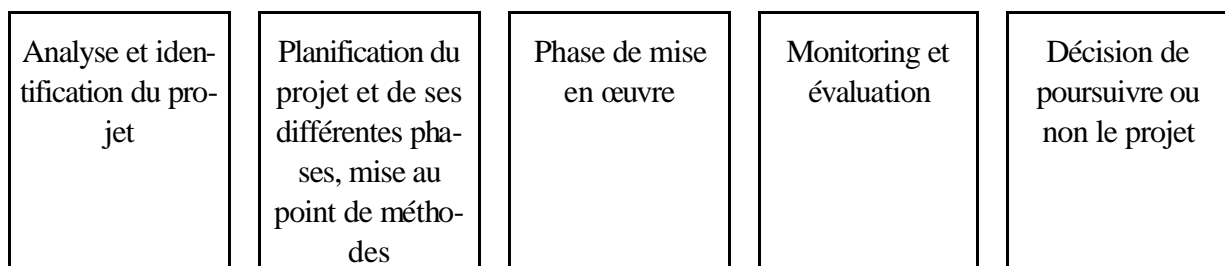
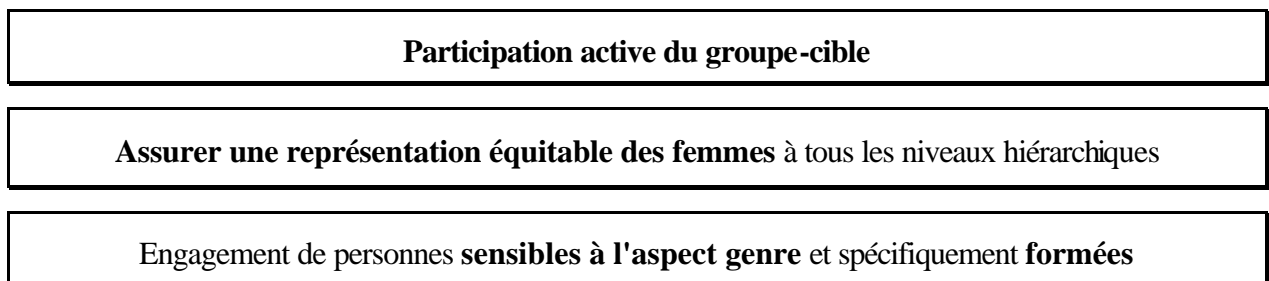
<sup>2</sup> En anglais: *low-growth strategy*.

les risques qu'elles prennent et ont tendance à ne pas établir de limite nette entre le budget de leur entreprise et celui de leur famille.

**Comment réaliser une promotion de l'artisanat et de l'industrie sensible à l'aspect genre?**

Dès la conception du projet et sa mise en œuvre, on prendra en considération la situation spécifique des entrepreneuses et des entrepreneurs. En d'autres termes, on se posera avant tout deux questions importantes. Premièrement, quelles sont les stratégies de gestion d'entreprise spécifiquement masculines et féminines? Deuxièmement, comment ces différences s'expliquent-elles (discriminations liées au genre)?

Le schéma suivant montre quelles sont les étapes décisives pour une approche genre dans le déroulement d'un projet. Rappelons au passage que les aspects genre doivent être pris en compte à chaque étape du projet, et non seulement au démarrage ou au moment de l'évaluation, voire uniquement pour une activité particulière.

**CONDITIONS NECESSAIRES:**

## 1ÈRE PARTIE: POUR UNE PROMOTION DE L'ARTISANAT ET DE L'INDUSTRIE (PAI) SENSIBLE À L'ASPECT GENRE

La politique sectorielle de la DDC pour la PAI<sup>3</sup> est **formulée de manière neutre** pour ce qui est du **genre**. En d'autres termes, ses objectifs, ses stratégies et ses principes de base ne tiennent compte ni de la situation spécifique des femmes et des hommes, ni de leurs besoins particuliers. Néanmoins elle émet le principe suivant au niveau des programmes: « *afin d'éviter toute discrimination envers les femmes, chaque projet de PAI prendra en compte leurs besoins spécifiques* ». Mais il faut relever que ce principe n'apparaît qu'au niveau des programmes et des projets, où il vient faire écho à d'autres principes tels que soutenir l'initiative individuelle, s'adresser aux couches les plus pauvres de la population ou encore coopérer avec les institutions de promotion<sup>4</sup>. Autrement dit, l'intégration des aspects spécifiquement féminins n'est que l'un des points qu'il s'agit de respecter.

C'est pourquoi il y aura lieu de formuler **une future politique sectorielle** PAI sensible à l'aspect genre, cela afin de tenir compte à chaque étape non seulement des conditions différentes que connaissent les hommes et les femmes, mais aussi de leurs besoins respectifs.

L'objectif d'une PAI sensible au genre est de garantir un développement équilibré femmes-hommes en utilisant des stratégies de promotion qui respectent les conditions de vie, les possibilités et les besoins respectifs des **femmes** et des **hommes** concernés.

Le développement équilibré femmes-hommes est nécessaire à trois points de vue: justice sociale, efficacité économique et durabilité.

Si nous reprenons chacune de ces trois **raisons**, cela nous amène à dire que:

1. L'égalité femmes-hommes est une nécessité en soi. La **justice sociale** et les Droits de l'Homme requièrent l'égalité entre l'homme et la femme.
2. L'égalité femmes-hommes est indispensable pour des raisons d'**efficacité économique**. En tenant compte des besoins et des intérêts des hommes et des femmes, on assure un **développement ciblé et efficient (c'est-à-dire utilisant efficacement toutes les ressources à disposition)**.
3. L'égalité femmes-hommes est indispensable pour des raisons de durabilité des actions de développement. Les actions entreprises seront durables si et seulement si l'on prend en considération les besoins et les intérêts des hommes et des femmes et que l'on garantit un développement équilibré femmes-hommes.

<sup>3</sup> Pour la DDC, la PAI englobe la promotion des micro, des petites et des moyennes entreprises. L'expression « promotion de la petite entreprise », est souvent employée pour désigner la promotion globale de ces trois catégories.

<sup>4</sup> In: Politique *sectorielle de la promotion de l'artisanat et de l'industrie*, pages 10-13 (DDA, septembre 1992).

## 2ÈME PARTIE: LES BASES THÉORIQUES

### 1. Concepts et définitions

#### a) Genre

En anglais, *gender* désigne les rôles sociaux « masculins » et « féminins » ainsi que les relations qui existent entre les hommes et les femmes. Quant au terme *sex*, il fait référence au sexe biologique, immuable. Contrairement aux rôles imposés par le sexe biologique, les rôles de type genre ne sont pas imposés par la nature. Forgés par la **société**, par les valeurs sociales dominantes ainsi que par l'organisation sociale, politique et juridique d'une société donnée, ils sont mouvants. On sait que si les valeurs d'une société changent, les rapports de type genre se modifient aussi.

La notion de genre fait partie intégrante du système social. A l'instar d'autres éléments (classe sociale, âge, appartenance ethnique), elle détermine de manière significative les rôles, les droits, les responsabilités des hommes et des femmes ainsi que les relations que l'on observe entre eux. En d'autres termes, au sein d'une même société, les rôles typiquement masculins et féminins ainsi que les relations femmes-hommes peuvent varier selon la fortune, l'état civil, l'âge ou l'appartenance ethnique.

#### b) L'approche genre

Une approche genre<sup>5</sup> consiste à tenir compte des besoins spécifiques des hommes et des femmes et de les intégrer tout au long du cycle d'un projet (analyse, identification, planification, mise en œuvre, suivi et évaluation). Cette démarche peut avoir pour conséquence qu'une action s'adresse aux hommes et aux femmes, seulement aux hommes ou seulement aux femmes. Etant donné que les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes, il est souvent nécessaire de les épauler de manière ciblée. Relevons cependant que lorsque l'on s'intéresse à la situation des femmes, il faudrait toujours tenir compte du contexte social dans lequel elles évoluent.

- Une **approche genre** consiste à comprendre quels rôles et relations femmes-hommes sont dus aux valeurs dominantes, au sexe biologique et à d'autres facteurs sociaux. Elle consiste ensuite à tenir compte de ces éléments lors de la formulation des objectifs, des méthodes et des indicateurs.
- Une approche genre n'est **pas une démarche neutre** se bornant à mettre en évidence les rôles masculins et féminins. La politique de la DDC pour un développement équilibré femmes-hommes entend garantir que les actions de développement (programmes et projets) profitent aux femmes au moins autant qu'aux hommes.
- Une approche genre vise à augmenter l'efficacité, l'efficience et la durabilité des actions de développement.
- Une approche genre vis à assurer la justice sociale.

<sup>5</sup> En anglais, on parle d'approche *GAD* (= *Genre and Development*), par opposition à l'approche *WID* (= *Women in Development*), qui se réfère uniquement aux femmes.

### c) Les outils permettant une approche genre

Le succès de la politique de la DDC pour un développement équilibré femmes-hommes n'exige pas la mise ou point ou l'introduction de nouvelles méthodes. Les points de vue des hommes et des femmes ainsi que leurs conditions et leurs besoins respectifs seront **intégrés dans les processus et les instruments institutionnels qui existent déjà** (instruments PSER, instruments de planification tels que le programme par pays (PPP), le programme annuel, etc.), puis mis en œuvre au niveau opérationnel. Enfin, les personnes concernées les mentionneront clairement aussi bien au sein de leur organisation que de l'agence d'exécution.

Il est aussi important de tenir compte de l'approche genre à tous les niveaux d'intervention, c'est-à-dire au niveau micro (niveau opérationnel du projet ou du programme), au niveau méso (travail avec les associations professionnelles, par exemple) et au niveau macro (dialogue politique, conditions-cadre juridiques, etc.).

### d) Les besoins pratiques et les besoins stratégiques liés à l'aspect genre

Les **besoins pratiques**<sup>6</sup> sont les besoins essentiels des hommes et des femmes dans un contexte particulier (accès à l'eau potable, soins médicaux, par exemple). Lorsque ces besoins sont satisfaits, on assiste certes à une amélioration de la situation des hommes et des femmes, mais le déséquilibre existant entre les sexes n'est pas forcément remis en question.

Les **besoins stratégiques**<sup>7</sup> sont les besoins qui déterminent la situation des hommes et des femmes dans une société donnée (accès aux ressources et contrôle de ces dernières, répartition du travail entre les hommes et les femmes). Etant donné que les femmes ont souvent une position sociale moins élevée que les hommes, il est fondamental de satisfaire les besoins stratégiques des femmes afin de leur permettre de participer équitablement au processus de développement.

Ces deux catégories de besoins liés au genre amènent la DDC à adopter deux stratégies pour ses activités de PAI. Ces stratégies se complètent et peuvent être adoptées soit simultanément, soit l'une après l'autre. Voici quels sont ces deux types de stratégies:

- i) Le premier type regroupe les stratégies qui **améliorent immédiatement la situation des hommes et des femmes travaillant en petite entreprise**. Elles ne mettent pas en cause les déséquilibres qui existent entre les hommes et les femmes. Exemple de stratégies de ce type: les actions visant à créer des revenus dans les secteurs traditionnels.
- ii) Le second type regroupe les stratégies qui **entendent clairement réduire** les déséquilibres qui existent entre les hommes et les femmes. Ces stratégies vont de pair avec une **amélioration de la position sociale de la femme**. Exemple de stratégies de ce type: réformes juridiques; amélioration de l'accès aux ressources grâce à des modifications des lois en vigueur; suppression des barrières imposées aux femmes; actions visant à alléger le travail des femmes; formation des femmes dans des secteurs dynamiques et prometteurs.

Rappelons au passage qu'il est souvent délicat de tracer une frontière nette entre les actions visant à satisfaire les besoins pratiques et les besoins stratégiques. Lorsque le revenu des femmes augmente, on n'assiste pas forcément à une remise en cause des injustices qui, paradoxalement, sont parfois même renforcées. En effet, il arrive qu'avec l'augmentation du revenu de la femme, le mari participe moins au

---

<sup>6</sup> En anglais: *practical genre-needs*.

<sup>7</sup> En anglais: *strategical genre-needs*.

budget du ménage et utilise son argent pour acheter des objets personnels, notamment des objets de luxe. Selon Mayoux (1995), certains parents de sexe masculin encouragent les femmes à gagner plus, mais uniquement à condition que cet argent finance les dépenses du ménage et que la répartition des tâches domestiques non rétribuées ne soit pas remise en question.

## **2. Les goulots d'étranglement indépendants du genre (liés à la pauvreté) et leurs conséquences**

En matière de PAI, la DDC a trois objectifs. Elle entend premièrement encourager la croissance économique dans une démarche axée sur la demande, deuxièmement créer des emplois et augmenter les revenus et, troisièmement, promouvoir une répartition plus équitable des revenus. Ses activités concernent en priorité les micro-entreprises. Les micro-entrepreneurs et les micro-entrepreneuses sont tous logés à la même enseigne. Indépendamment de leur sexe, ils subissent de nombreuses injustices dues à la pauvreté dans laquelle ils vivent. Nous reviendrons dans ce chapitre sur ces injustices en parlant d'une part des travailleurs indépendants (hommes et femmes travaillant en micro-entreprise) et d'autre part des employés (hommes et femmes, salariés ou non).

En plus des problèmes liés à la pauvreté, les micro-entrepreneuses doivent faire face à des contraintes supplémentaires liées à leur sexe. Nous reviendrons sur ce sujet dans le chapitre suivant.

### **a) Conséquences pour les micro-entrepreneuses et les micro-entrepreneurs**

Indépendamment de leur sexe, les hommes et les femmes travaillant en micro-entreprise sont désavantagés, notamment en raison des goulots d'étranglement suivants (cf. BMZ 1997, complété):

#### *Facteurs externes*

- Les grandes entreprises sont directement ou indirectement favorisées par rapport aux petites entreprises et aux micro-entreprises (politique économique en matière de crédit, de licences, de prix, d'importations, d'exportations, d'investissements et d'impôts).
- L'arrière-plan juridique souffre d'un manque de logique et de transparence (trop grand nombre de lois, de prescriptions et de réglementations induisant des flous juridiques, notamment dans le domaine de la propriété).
- Les administrations locales et régionales sont un frein (préjugés, inefficience et/ou incompétence).
- L'accès aux produits de base, aux produits semi-finis et aux débouchés est malaisé (manque de transparence, cartels).
- L'accès à l'information est difficile (informations concernant les technologies, le savoir-faire et les marchés).
- L'accès aux prestations bancaires (crédit, financement) est compliqué, car les garanties manquent, les sommes sont trop modestes, etc.
- Les membres de la famille au sens large du terme veulent toucher une partie des revenus de la micro-entreprise.
- Les intérêts des micro-entreprises sont mal représentés et/ou il existe peu d'organisations qui offrent des services efficaces à ce type d'entreprises.

*Facteurs internes*

- Le personnel employé par les micro-entreprises est peu qualifié.
- Les micro-entrepreneurs et les micro-entrepreneuses ne connaissent pas bien les stratégies de management, d'organisation et de marketing.
- Ils ont de la peine à tenir deux budgets distincts (entreprise et ménage).
- Ils ont de la peine à digérer toutes les informations qu'on leur donne.
- Le capital de base de leur entreprise est modeste et ils utilisent des technologies désuètes.

Par conséquent, les micro-entrepreneurs et les micro-entrepreneuses ont tendance à adopter les **stratégies** suivantes (cf. Mayoux 1995, complété):

- stratégies dites de faible croissance<sup>8</sup> utilisation de réseaux sociaux, mais aussi dépendance de ces derniers; limitation à un marché local (marché de proximité); membres de la famille employés et non rétribués (femmes et enfants surtout), utilisation pour l'entreprise d'autres sources de revenus du ménage;
- utilisation des revenus de l'entreprise pour financer les événements sortant de l'ordinaire (maladie, décès, écolages, récolte insuffisante) et les dépenses sociales (cadeaux, prestations solidaires à la grande famille jouant le rôle de la prévoyance sociale);
- investissements minimes;
- décisions prises à court terme;
- survie de l'entreprise rendue possible uniquement par un non-respect des normes de qualité et une exploitation du personnel;
- coûts de production relativement élevés étant donné la petite taille de l'entreprise (pas d'économie d'échelle dans la production, l'achat et la commercialisation).

**b) Conséquences pour le personnel des micro-entreprises**

Les micro-entreprises font travailler deux types d'employés: le personnel **salarié** et les membres de la famille **non rémunérés**. Les goulots d'étranglement qui touchent les PME concernent aussi ces deux groupes de personnes. Le personnel est mal payé (voire pas du tout), il travaille souvent dans des conditions difficiles (santé, horaires, etc.) et sur appel. De manière générale, il ne bénéficie d'aucune protection juridique.

---

<sup>8</sup> En anglais: *low-growth strategy*

### **3. Les injustices que subissent les femmes spécifiquement en raison de leur sexe**

#### **a) Les micro-entrepreneuses**

Bien que l'analphabétisme, les difficultés à obtenir un crédit (manque de garanties) et les flous juridiques touchent les hommes comme les femmes, ces dernières sont souvent moins bien loties que les hommes. Par ailleurs, les femmes rencontrent aussi d'autres problèmes, spécifiquement féminins. Elles ont notamment de la peine à conjuguer famille et travail. Dans certains pays musulmans, elles sont tenues à l'écart de la vie publique. Elles sont aussi victimes de discriminations d'ordre juridique.

La situation concrète des micro-entrepreneuses et les discriminations qu'elles subissent dépendent bien entendu de la société et du contexte particulier. Certaines discriminations touchant les femmes se retrouvent néanmoins, dans des proportions diverses, dans toutes les sociétés.

#### ***Facteurs juridiques:***

- dans de nombreuses sociétés, les femmes ne peuvent pas opérer de transactions financières importantes (achat ou vente de terrain, par exemple) sans le consentement et/ou la signature d'un parent de sexe masculin (généralement le père, le mari ou le frère).

Sefura (Bangladesh): « *Si mon mari n'avait pas été d'accord, je ne serais pas allée à la banque Grameen.* » (cf. Kochendörfer-Lucius, 1991)

Hamila (Bangladesh): « *Mon mari m'a menacée de me renvoyer chez mes parents si je m'avisais d'aller, comme lui d'ailleurs, à la banque Grameen.* » (cf. Kochendörfer-Lucius 1991)

- Dans certaines sociétés traditionnelles et dans les pays qui appliquent strictement le droit islamique, les droits successoraux des femmes sont souvent très limités.

#### ***Facteurs socioculturels (en particulier les règles liées aux coutumes ou à la morale):***

- dans la plupart des cultures, les rôles masculins et féminins sont bien déterminés. Les femmes n'ont donc accès qu'à un nombre limité de secteurs d'activité. Il s'agit souvent d'un prolongement de tâches ménagères (production alimentaire, vente de produits agricoles, par exemple). Ces activités ne rehaussent pas le statut social de celles qui les exercent. Il s'agit d'activités qui rapportent peu et qui sont situées dans des secteurs peu dynamiques.

Jarina (Bangladesh): « *J'avais monté une menuiserie. Les affaires marchaient bien. Nous avions même engagé deux employés. Mais Mohammed, le maire de notre région, avait lui-même une menuiserie. Comme notre menuiserie marchait de mieux en mieux, il est venu un jour me dire en hurlant que si je ne fermais pas immédiatement ma menuiserie, il me battrait et qu'il ne s'arrêterait pas là. C'est ainsi que nous avons dû nous résoudre à fermer notre menuiserie.* » (cf. Kochendörfer-Lucius 1991)

- Dans certaines cultures, la coutume veut que les femmes restent à la maison<sup>9</sup>. Le choix d'un secteur d'activité s'en trouve limité. Quant à l'accès aux marchés relativement éloignés mais souvent plus avantageux (produits de base et débouchés), il n'en est évidemment pas facilité.
- Contrairement aux hommes, les femmes n'ont généralement pas la possibilité d'embaucher des parents (de sexe masculin) dans leur micro-entreprise (cf. Restrepo et al., 1995).
- Bien souvent, les femmes ne gèrent pas leurs revenus de manière autonome.

---

<sup>9</sup> En anglais, on parle de *female seclusion*.

**Facteurs sociaux/domestiques:** étant donné que les femmes assument pratiquement l'entière responsabilité du ménage, de l'éducation des enfants et des soins à donner aux personnes âgées, on observe les problèmes suivants:

- globalement, les femmes travaillent plus que les hommes. Elles ont moins de temps à consacrer régulièrement à leur entreprise.

María (Colombie): « Je suis obligée de travailler énormément parce que, dans ma famille, je suis la seule à gagner de l'argent [...]. Pour moi, il n'y a ni dimanche, ni vacances: je travaille tous les jours. » (cf. BMZ, 1989)

Une femme péruvienne: « La plupart des femmes se résignent et finissent par considérer que leur double journée de travail est quelque chose de normal. Elles se tuent à la tâche en travaillant à la maison et à l'extérieur. Pour elles, les travaux domestiques [...] sont la condition à remplir avant de travailler à l'extérieur pour gagner de l'argent qui servira à leur ménage. » (cf. Swisscontact 1997)

- Les femmes ont très peu de possibilités quant à la localisation de leur entreprise (proximité du domicile) et au choix d'un secteur d'activité (activités facilement compatibles avec la tenue d'un ménage).
- Leur mobilité est restreinte, étant donné que leurs entreprises doivent être localisées près de leur domicile. Corollaire de ce goulot d'étranglement: un accès limité aux produits de base et aux débouchés.
- Les femmes utilisent souvent l'argent de leur entreprise pour financer des dépenses de leur ménage.

**Facteurs institutionnels:**

- les intérêts des femmes sont peu représentés. En effet, étant donné qu'elles sont très peu présentes au niveau décisionnel des organisations de PME, personne ne défend leurs intérêts.
- Les femmes ont rarement accès aux systèmes d'information et aux réseaux professionnels.
- Elles ne bénéficient pas d'une formation scolaire adéquate. Bien souvent, on n'envoie pas les fillettes à l'école, ou alors pour une courte période, les parents et la société préférant investir dans l'éducation des garçons. Les fillettes s'occupent du ménage, en particulier lorsque les femmes sont surchargées de travail.
- Pour ce qui est de leur formation professionnelle, les jeunes filles n'ont que rarement accès à une formation dans une industrie moderne. Leur initiation professionnelle est généralement de courte durée et c'est souvent leur mère qui s'en charge. Autant dire qu'elles sont initiées plutôt que véritablement formées à une profession. Elles exercent souvent des métiers traditionnels requérant peu de technologies modernes, ce qui a pour conséquence qu'elles gagnent peu d'argent.

**b) Les femmes employées dans des micro-entreprises**

Par rapport à leurs homologues masculins, les femmes employées dans les micro-entreprises sont défavorisées pour les raisons suivantes:

- Les valeurs dominantes et les rapports femmes-hommes font que les femmes et les jeunes filles exercent plus souvent des activités non rémunérées que les membres masculins de leur famille.
- Les femmes accèdent moins facilement que les hommes à une formation professionnelle dans un secteur moderne.
- Les femmes ont de la peine à empêcher leurs maris de toucher à l'argent qu'elles ont gagné (le cas inverse est beaucoup moins fréquent).
- Etant donné qu'elles jouent plusieurs rôles, les femmes ont plus de peine que les hommes à réagir avec souplesse à des opportunités professionnelles. Elles sont donc obligées d'accepter des conditions défavorables (les salaires féminins sont moins élevés que ceux des hommes).
- Les femmes sont plus souvent victimes que les hommes d'atteintes à leur intégrité physique (harcèlement sexuel par exemple).

### c) **Caractéristiques des PME dirigées par des femmes et leurs stratégies lors de goulots d'étranglement**

Les problèmes de type genre dont sont victimes les micro-entrepreneuses se retrouvent aussi au niveau de leurs entreprises (cf. Mayoux 1995; Vahlhaus, Gahm 1997). S'il est vrai que certains problèmes concernent aussi les micro-entrepreneurs, les femmes sont particulièrement touchées.

#### *Taille de l'entreprise:*

- Dans la plupart des branches, les entreprises féminines sont de très petite taille et emploient très peu de personnel. En contexte urbain, la différence entre les entreprises masculines et les entreprises féminines est très marquée.
- Les petites entreprises féminines enregistrent une croissance plus irrégulière que les petites entreprises masculines. En effet, les femmes ont plus de problèmes que les hommes d'une part à établir une ligne de démarcation entre leur entreprise et leur ménage et, d'autre part, à investir du temps et de l'argent dans leur jeune entreprise.

#### *Branches, activités et technologies utilisées:*

- Les entreprises féminines appartiennent souvent à des secteurs imposant peu de barrières d'entrée (par exemple le commerce de détail, les services et, dans le secteur secondaire, les activités telles que la couture et la cuisine). Dans ces secteurs, souvent marqués par une vive concurrence, le marché est rapidement saturé.

Une femme péruvienne: « *Je ne me suis pas demandé ce dont les gens avaient besoin, mais ce que j'étais capable de faire. La question comme la réponse étaient incomplètes. Quoi qu'il en soit, je me suis mise au travail et ça a été terriblement dur, puisque je ne connaissais absolument pas le marché.* » (cf. Swisscontact 1997)

Une autre femme péruvienne: « *Je n'ai rien planifié [...]. Je ne pensais pas être particulièrement entreprenante, mais j'étais bien obligée de travailler. Je me suis alors dit que j'étais bonne cuisinière. C'est comme ça que j'ai ouvert un café, sans aucune planification ni aucune étude de marché!* » (cf. Swisscontact 1997)

- Etant donné que les femmes sont peu mobiles, leurs entreprises appartiennent à quelques rares secteurs qui, par ailleurs, sont souvent peu productifs (activités de proximité caractérisées par un faible taux d'investissement et un profit limité).
- Comme les femmes sont moins bien formées que les hommes et qu'elles ont des ressources financières limitées, elles ont souvent recours à des technologies de production traditionnelles. Les entreprises (telles que les garages) qui ont besoin d'un équipement moderne sont souvent tenues exclusivement par des hommes (cf. Swisscontact 1997).

### *La localisation de l'entreprise:*

- Les entreprises féminines sont souvent localisées au domicile de l'entrepreneuse ou à proximité immédiate<sup>10</sup>. Par conséquent, ces entreprises n'ont qu'un accès limité aux marchés et elles ne garantissent pas toujours la proximité au client.

### *Les stratégies de management:*

- Réduction des risques et acceptation d'un manque à gagner (dû à la charge de famille), par exemple en diversifiant les sources de revenu ou en adoptant une stratégie de consolidation plutôt qu'une stratégie d'expansion.
- Gestion du temps: les femmes consacrent généralement moins de temps que les hommes à leur entreprise.
- Embauche: les micro-entrepreneuses emploient moins de parents et d'amis (de sexe masculin) que leurs homologues masculins. Elles ont recours aux services des **femmes** de leur famille, souvent non qualifiées.
- Les micro-entrepreneuses embauchent moins de personnel qualifié que les micro-entrepreneurs.
- Les micro-entrepreneuses n'établissent pas de frontière nette entre le budget de leur entreprise et celui de leur famille. Elles utilisent les profits de leur entreprise pour faire face à des dépenses familiales inattendues telles que maladie, décès, récolte insuffisante.

Jarina (Bangladesh): « *Notre maison a été emportée par les inondations [...]. J'ai donc retiré l'argent que j'avais investi dans mon commerce de riz et j'ai acheté un terrain pour reconstruire une maison.* » (cf. Kochendörfer-Lucius 1991)

- Les femmes investissent peu dans leurs entreprises étant donné qu'elles utilisent leurs revenus professionnels pour faire face à des dépenses familiales plus ou moins extraordinaires.
- Les femmes ont plus de peine que les hommes à penser en termes de profit à long terme. Comme elles doivent nourrir leur famille, elles ont vraiment besoin de gagner leur vie tous les jours, même si les sommes gagnées sont finalement assez modestes.

<sup>10</sup> En anglais, on parle de *home-based activities*.

#### **4. Conclusions**

Les micro-entrepreneuses subissent une double discrimination.

1. Elles sont confrontées à des goulots d'étranglement dus à la **pauvreté** (cf. chapitre 2).
2. Elles font l'objet de limitations et de discriminations dues à leur **sexe**.

**EN RÉSUMÉ:** en plus des goulots d'étranglement et des discriminations dont sont victimes **tous** les micro-entrepreneurs et micro-entrepreneuses, ces dernières subissent des discriminations dues au simple fait qu'elles sont des femmes.

Nous venons de voir qu'une PAI sensible au genre est indispensable. En d'autres termes, il s'agit de tenir compte de la situation sociale des entrepreneuses et des entrepreneurs aux niveaux de la conception et de la mise en œuvre des projets.

Généralement, la PAI ne tient pas compte des femmes en tant que telles. Les possibilités d'améliorer leur situation se réduisent d'autant si l'on ne prend pas certains facteurs en considération. Par la force des choses, les micro-entrepreneuses sont à la tête de très petites entreprises caractérisées par une croissance irrégulière. Les femmes travaillent fréquemment dans des secteurs peu dynamiques et productifs qui ne leur donnent qu'un accès limité aux marchés. Choissant une localisation proche de leur domicile, les micro-entrepreneuses diminuent d'autant la proximité au client. Prêtes à accepter un manque à gagner pour réduire les risques qu'elles courent, elles ont tendance à ne pas établir de frontière claire entre le budget de leur ménage et celui de leur entreprise.

Pour les personnes qui travaillent sur des projets, cela signifie qu'il conviendra de tenir compte des caractéristiques et des stratégies des micro-entrepreneuses. Par ailleurs, il faudra aussi en rechercher les **causes** (au niveau des discriminations de type genre) et mettre au point des démarches permettant de réduire l'écart existant entre les micro-entrepreneuses et les micro-entrepreneurs (besoins stratégiques).

### **3ÈME PARTIE: QUESTIONS À POSER TOUT AU LONG DU CYCLE D'UN PROJET**

Passons maintenant aux principes fondamentaux et aux étapes à respecter, tout au long du cycle d'un projet, pour que les aspects genre soient bien pris en compte. Ces principes font référence au chapitre 2 de ce document.

Les trois principes fondamentaux sont les suivants:

- a) **le groupe-cible** (hommes et femmes) **participe activement** à chaque stade du projet.
- b) **Les femmes sont représentées** aussi équitablement que possible **à tous les niveaux hiérarchiques** et on tend à ce qu'elles le soient aussi au sein des équipes chargées de l'identification des projets, de leur planification et de leur évaluation.
- c) Des personnes **sensibilisées à l'aspect genre** et qui ont suivi une **formation appropriée** sont embauchées et font partie des équipes chargées de l'identification des projets, de leur planification et de leur évaluation.

Voici maintenant les étapes qu'il conviendra de respecter, dans chaque situation concrète, pour tenir compte des discriminations liées à la question **genre**.

#### **1. L'analyse et l'identification du projet**

- Prendre connaissance des documents existants et prendre contact avec les partenaires sur le terrain (projets, instituts, organisations de femmes, réseaux féminins, ONG locales). Cette étape permettra de voir, du point de vue genre, quels sont les textes législatifs, les courants politiques, les possibilités de modifier les rapports femmes-hommes et, enfin, quelles sont les limites qui existent.
- Analyser le groupe-cible d'un point de vue genre:
  - Les points communs et les différences: les caractéristiques des PME dirigées par des femmes ou par des hommes; les stratégies de gestion d'entreprise masculines ou féminines.
  - Les discriminations de type genre subies par les micro-entrepreneuses (explication du point précédent).
  - La situation juridique de l'homme et de la femme (notamment en ce qui concerne l'obtention d'un crédit, les opérations financières importantes et le droit successoral).
  - Les tâches assumées par l'homme et la femme, la répartition du travail, le temps passé à accomplir des travaux domestiques, à assurer la production de subsistance et à gagner de l'argent à l'extérieur (en tenant compte de la situation des femmes cheffes de famille).
  - La proportion des femmes cheffes de famille par rapport à l'ensemble des ménages.
  - La contribution de l'homme et de la femme au revenu du ménage.
  - Le regard de la société sur les femmes professionnellement actives (salariées ou travailleuses indépendantes).
  - Les secteurs économiques typiquement réservés aux hommes et aux femmes. Les raisons possibles de cet état de fait (interdits culturels, par exemple).

- La proportion des hommes et des femmes qui travaillent dans le secteur formel et dans le secteur informel (travail salarié et travail indépendant).
- L'accès aux ressources et aux marchés ainsi que leur contrôle par les hommes et par les femmes.
- Les possibilités offertes aux hommes et aux femmes de faire travailler gratuitement des membres de leur famille dans leur entreprise.
- L'accès, pour les hommes et pour les femmes, aux informations importantes et aux systèmes d'information.
- Les possibilités offertes aux femmes de prendre un crédit auprès d'une banque officielle ou d'y déposer leurs économies.
- Le contrôle/pouvoir décisionnel des femmes pour l'utilisation d'un éventuel crédit et de leurs revenus.
- La gestion des revenus de leur entreprise par les petites entrepreneuses et petits entrepreneurs. Les raisons expliquant ces différences.
- La mobilité des femmes.
- Le savoir des hommes et celui des femmes ainsi que les technologies que les uns et les autres utilisent.
- Les différences de salaire relevées entre les hommes et les femmes.

*L'aile féminine de la Banque pakistanaise pour le développement de l'agriculture a essayé d'atteindre un nouveau groupe-cible, les femmes, sans remettre en question son système traditionnel de prêt. Ce dernier privilégie les prêts importants garantis par la propriété foncière. Ces deux aspects sont difficilement compatibles avec la situation de la majorité des femmes pakistanaises. Et, comme on pouvait s'y attendre, elles ont continué à peu s'intéresser à ces emprunts. (cf. Rhyne et al. 1994)*

- La prise en compte des aspects genre lors de la sélection des partenaires (institutions et centres de prestations):
  - Quelle est la position du partenaire potentiel par rapport à l'aspect genre?
    1. Cette organisation s'efforce-t-elle de promouvoir un développement équilibré femmes-hommes? Dispose-t-elle de personnel bien informé sur ces questions?
    2. Si cette organisation ne s'intéresse pas encore au développement équilibré: est-elle disposée à entreprendre les démarches nécessaires?
    3. L'organisation s'intéresse-t-elle très peu à l'aspect genre? Est-elle même carrément opposée à cette approche?
  - Sélection d'une organisation de régie sur la base de son approche genre:
    1. Au sein de l'organisation: structure du personnel, sensibilité à l'aspect genre.
    2. Dans le cadre de ses projets: sensibilité à l'aspect genre, connaissances spécifiques par rapport au genre, orientation sectorielle, méthodes employées, travail en réseau.

## **2. La planification du projet et de ses différentes phases / la mise au point de méthodes et d'instruments**

- Lors de la planification des différentes phases: prendre connaissance des documents de projets **existants** et résumer les informations relatives aux rôles féminins et masculins ainsi qu'aux relations femmes-hommes.
- Utiliser des méthodes participatives afin que le projet corresponde au groupe-cible et tienne compte de ses besoins spécifiques (MARP<sup>11</sup>, recherche-action, etc.).
- Au début d'un projet ou d'une phase, déterminer - de concert avec l'organisation partenaire -, les **objectifs** et **objectifs partiels de type genre**. On fixera les délais dans lesquels ils devront être atteints, les activités à organiser, les stratégies et les méthodes à adopter, ainsi que les besoins (formation et soutien) de l'organisation de régie. Il est recommandé de noter toutes ces informations dans un contrat.
- Veiller à ce que les activités à promouvoir correspondent à une véritable demande du marché!
- Mentionner explicitement que les femmes et les hommes sont partenaires et bénéficiaires (définition du groupe-cible, descriptif des objectifs, sélection des indicateurs, termes de référence pour les personnes collaborant au projet).
- Utiliser des critères et des indicateurs respectant les besoins spécifiques des hommes et des femmes (par exemple: donner des cours répondant aux questions que se posent les entrepreneuses et les entrepreneurs).
- Planifier les activités de manière à ne pas causer trop de travail supplémentaire aux femmes, prévoir des moyens d'alléger les tâches domestiques assumées par les femmes.
- Formuler des approches respectant les besoins spécifiquement féminins et masculins (sélectionner les activités à promouvoir en fonction des intérêts des femmes et des hommes; tenir compte des horaires des femmes; analyser les besoins féminins et masculins en matière de formation et de méthodes didactiques).
- La planification du budget devra:
  - couvrir les dépenses occasionnées par la démarche genre.
  - englober la formation spécifique du personnel ainsi que les activités de conseil au groupe-cible.
  - prévoir les dépenses occasionnées par la recherche genre, le suivi (*monitoring*) et l'évaluation.

## **3. La phase de mise en œuvre**

- Sensibiliser à l'aspect genre l'équipe du projet et les personnes concernées au sein de l'organisation partenaire; promouvoir une qualification spécifique et davantage de professionnalisme.
- Sensibiliser le groupe-cible (hommes et femmes) à l'aspect genre (exemples de moyens possibles: MAPR, GRAAP<sup>12</sup>, ateliers, etc.).

---

<sup>11</sup> MARP = Méthode Accélérée de Recherche Participative. En anglais: PRA = *Participatory Rapid Appraisal*.

<sup>12</sup> GRAAP = Groupe de Recherche et d'Appui à l'Autopromotion Paysanne.

- Promouvoir l'accès des femmes et des jeunes filles à la formation professionnelle et au perfectionnement (notamment en gestion d'entreprise).
- Tenir compte, lors de la mise au point de programmes de formation, des besoins des femmes et de leurs possibilités (rythme de travail; mobilité; éloignement du domicile rendu difficile à cause des travaux ménagers, de l'éducation des enfants, des valeurs culturelles ou de questions morales; niveau d'alphabétisation).

*Au Mozambique, on a observé que beaucoup plus de femmes participaient à un cours destiné aux jeunes entrepreneuses depuis qu'il se tient au marché. Ce lieu permet en effet d'atteindre les femmes directement sur leur lieu de travail. Le seuil d'accès étant plus bas, leur participation est en nette augmentation. (cf. GTZ 1996)*

- Former des conseillères et centrer leurs activités sur les besoins spécifiques des femmes.
- Proposer aux femmes des systèmes de financement qui tiennent compte de leurs besoins et qui leur permettent un accès autonome aux opérations financières (par exemple, accès au crédit non dépendant d'une garantie sous forme de propriété foncière).
- Veiller à ce que les femmes contrôlent elles-mêmes la commercialisation des biens qu'elles produisent.
- Mettre en place les groupes d'intérêts et les renforcer dans les secteurs économiques enregistrant une forte présence féminine.
- Faciliter les travaux ménagers assumés par les femmes en leur proposant des outils plus modernes (par exemple, pour moudre les céréales) ou en les encourageant à demander une meilleure répartition des tâches domestiques au sein de leur famille.
- Encourager les femmes à participer, au niveau décisionnel, aux organisations-partenaires, aux groupes d'intérêts et aux administrations locales.
- Collaborer étroitement avec la personne chargée des aspects genre au sein du BUCO (bureau de coordination).

#### **4. Le suivi et l'évaluation**

- Collecter les informations pertinentes du point de vue genre.
- Rédiger les documents tels rapports et procès-verbaux en tenant compte des spécificités masculines et féminines (pour chaque sujet, tous les chapitres seront rédigés d'un point de vue genre).
- Tenir compte, lors de la sélection des équipes chargées de l'évaluation, de leurs compétences en matière de **genre**.
- Définir clairement, dans les termes de référence de l'équipe chargée de l'évaluation, des objectifs relatifs au genre et les problématiques liées à ces questions.
- Utiliser des indicateurs respectant les besoins spécifiques des hommes et des femmes.

#### **5. La décision de poursuivre ou non un projet**

- La décision de poursuivre ou non un projet et, le cas échéant, la manière de le faire, dépendra notamment des réponses apportées aux questions suivantes:
  - Lorsque l'on compare les résultats obtenus et les objectifs fixés en matière de genre, le bilan est-il positif?

- 
- Peut-on dire que les organisations partenaires ont adopté une attitude favorable pour ce qui est du développement équilibré femmes-hommes? Autrement dit, leur attitude est-elle compatible avec les objectifs fixés?
  - Prendre connaissance des nouveautés survenues depuis le début du projet (législation, organisations de femmes, réseaux féminins) et des changements observés au niveau des conditions-cadre économiques et socioculturelles.

## **BIBLIOGRAPHIE**

- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, BMZ (1997): „Sektorkonzept: Förderung von Klein- und Kleinstgewerbe in Entwicklungsländern“. Bonn.
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, BMZ (1989): „Förderung von Frauen in Entwicklungsländern“. Materialien 80, Entwicklungspolitik. Bonn.
- Gahm Friederike (1997): „Der Genderaspekt in der praktischen Wirtschaftsberatung“. Séminaire organisé par la DDC le 4 juin 1997 et consacré à la promotion des micro-entrepreneuses.
- GTZ (1996): „Handwerks- und Kleingewerbeförderung - Hinweise zur Gender-Orientierung“. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, Gender-Orientierung 5, Abteilung 405, Eschborn.
- Kabeer Naila, Ramya Subrahmanian (1996): „Institutions, relations and outcomes: framework and tools for gender-aware planning“. *IDS Discussion Paper 357*.
- Kochendörfer-Lucius Gudrun, Karl Osner (1991): „Entwicklung hat ein Gesicht bekommen - Lebensberichte von dreizehn Frauen in Bangladesh zur People's Economy“. *Schriftenreihe Gerechtigkeit und Frieden der Deutschen Kommission Justitia et Pax*.
- Mayoux Linda (1995): „From vicious to virtuous circles? Gender and micro-enterprise development“. Occasional Paper UNRISD, UNDP.
- Restrepo Chebair Eliana, Rebecca Reichmann (1995): „Balancing the double day: Women as managers of microenterprises“. Accion International; Monograph Series No. 10.
- Rhyne Elisabeth, Sharon Holt (1994): „Women in finance and enterprise development“. Education and Social Policy Department; The World Bank; *ESP Discussion Paper Series No. 40*.
- Swisscontact (1997): „Perspectiva de genero en pequeña empresa“. Zürich/Lima
- Vahlhaus Martina (1997): „Motive und Ziele der Förderung von Kleinunternehmerinnen“. Séminaire organisé par la DDC le 4 juin 1997 et consacré à la promotion des micro-entrepreneuses.