

Accroître l'accès des femmes à des marchés fiables grâce à la commercialisation collective

Par Grace Nanyonjo, Paul Aseete, Michael A. Ugen, Joseph Isaac Mugagga, Stanley Nkalubo Charles Katabalwa et Ruth Kabanyoro



GEORGINA SMITH/CIAT

Contexte

Pour améliorer le rendement de la chaîne de valeur du haricot, l'intégration des facteurs sexospécifiques est nécessaire. Il s'agissait donc d'un élément clé du projet *Des haricots précuits pour améliorer la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi que la génération de revenus au Kenya et en Ouganda*, mis en œuvre en 2015. Une enquête préliminaire sur les sexospécificités a été menée dans les régions visées par le projet afin de déterminer les obstacles à la participation des femmes à la commercialisation des haricots. Les résultats ont montré que la participation des femmes (individuellement ou conjointement avec un homme prenant les décisions) avait lieu dans seulement 50,4 % des ménages cultivant le haricot, comparativement à 70,8 % pour les hommes.

La participation à la commercialisation agricole et l'accès à des marchés fiables sont aussi importants pour les producteurs que pour les productrices, car ils contribuent à générer des revenus et à créer des réseaux sociaux. La commercialisation collective a été reconnue comme la façon la plus efficace d'accroître la participation des femmes à la commercialisation agricole et d'améliorer leur accès aux informations sur le marché tout en renforçant leur pouvoir de négociation (Lothoré et Delmas, 2009 ; Markelova *et al.*, 2009 ; Waithanji *et al.*, 2013). Felix (2015) a fait remarquer que la commercialisation collective peut aider les femmes à accéder à des marchés fiables (où les achats rapides sont garantis) et à surmonter les obstacles sexospécifiques qui les empêchent de participer au marché.

C'est dans ce contexte que les responsables du projet des haricots précuits ont adopté une stratégie consistant à travailler avec des agriculteurs et des agricultrices, organisés en groupes, et à leur présenter la commercialisation collective afin d'améliorer l'inclusion des femmes. Le projet a identifié 65 groupes d'agriculteurs et d'agricultrices et les a mis en contact avec la Community Enterprise Development

Principaux messages

- Au cours du projet des haricots précuits, la participation des femmes à la commercialisation des haricots est passée de 50,4 % en 2014 à 55 % en 2016.
- Les revenus moyens des femmes provenant de la vente de haricots sont passés de 126 USD en 2014 à 170 USD en 2016.
- Le volume de haricots vendu par des femmes a augmenté de 8,3 %, passant de 290 kg en 2014 à 314 kg en 2016.
- Les données qualitatives issues de 12 discussions thématiques de groupe (quatre groupes mixtes, quatre groupes composés de femmes seulement et quatre groupes composés d'hommes seulement), auxquelles ont participé 176 femmes et 174 hommes, révèlent que la commercialisation collective améliore l'accès des femmes à la production agricole et aux informations sur le marché.

Organization (CEDO), un partenaire de projet et une société de semences privée. La CEDO se consacre à la production de semences de haricots et les fournit à crédit aux groupes agricoles afin qu'ils en fassent la production en vertu d'un contrat écrit. Les agriculteurs participent à la production de haricots de façon individuelle, mais les vendent de façon collective. Au moment de la commercialisation, la CEDO récupère l'argent des semences prêtées aux agriculteurs et achète toutes les semences en surplus.

Résultats préliminaires

Afin d'évaluer l'efficacité des interventions du projet visant à améliorer l'accès et la participation des femmes à la commercialisation des haricots, une étude finale a été réalisée pour recueillir des données sur la participation des hommes et des femmes à la production et à la commercialisation des haricots et sur leur accès aux informations sur le marché. Douze discussions thématiques de groupe (quatre groupes mixtes, quatre groupes composés de femmes seulement et quatre groupes composés d'hommes seulement), auxquelles ont participé 176 femmes et 174 hommes, ont également été tenues. Des entretiens individuels ont été menés auprès de femmes ayant envisagé la commercialisation collective afin de mieux comprendre leur expérience en lien avec le projet.

La commercialisation collective accroît les ventes de haricots et les revenus des femmes

Après avoir favorisé la commercialisation collective et le regroupement des agriculteurs, on a observé une amélioration notable de la participation des femmes (autant sur le plan individuel que conjointement avec des hommes du même ménage) à la commercialisation des haricots, qui est passée de 50,4 % à 55 % (figure 1).

Les haricots ont été vendus 2 000 UGX (0,55 USD) le kilogramme (300 UGX [0,10 USD] de plus que le prix courant), et les paiements ont été faits instantanément à chacun des agriculteurs, en tant que propriétaires des haricots. Pendant les discussions thématiques de groupe, les femmes qui avaient participé à la commercialisation des haricots ou qui avaient vendu leurs haricots ensemble à un prix plus élevé ont déclaré être très satisfaites de ce système. De plus, lors des discussions thématiques de groupes mixtes et selon les données ventilées par sexe, tous s'entendaient pour dire que les femmes participeraient maintenant à la commercialisation des haricots.

« Je suis très reconnaissante d'avoir pu participer au projet des haricots précuits. Avant, je vendais mes haricots individuellement à la ferme à des intermédiaires, car il n'y avait pas d'autres acheteurs. Le meilleur prix que j'ai reçu pour la vente de haricots à des intermédiaires était de 1 000 UGX (0,27 USD) en utilisant des balances inexactes. Mais maintenant, je vends des haricots à 2 000 UGX (0,55 USD), ce qui me permet de répondre aux besoins de mon ménage et, en raison de ces avantages, j'ai fait de la culture des haricots mon entreprise. »

— M^{me} Annet Namirimu, 40 ans, agricultrice, district de Mubende

Améliorer la diffusion des meilleures pratiques agronomiques parmi les agricultrices

Au moyen d'interactions en personne, d'émissions de radio en direct et d'émissions enregistrées, le projet a permis aux agriculteurs et aux agricultrices d'en apprendre davantage sur les meilleures pratiques agronomiques pour la production de haricots et sur les techniques de manutention et de commercialisation après la récolte. Les émissions de radio enregistrées ont permis aux femmes (qui ne pouvaient pas toujours écouter les émissions en direct en raison de contraintes de temps et d'un accès limité à une radio) d'avoir accès aux informations. De plus, grâce aux réunions



GEORGINA SMITH/CIAT

De 2014 à 2016, le volume de haricots vendu par des femmes a augmenté de 8,3 %.

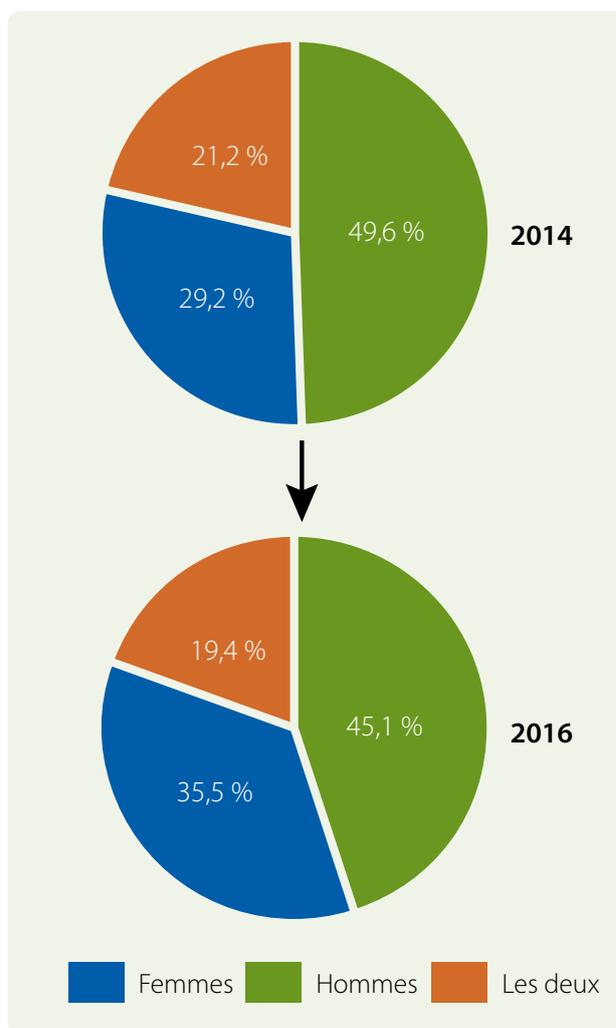


Figure 1 : Analyse des données ventilées par sexe ; participation des hommes et des femmes à la commercialisation des haricots en 2014 et en 2016.

de groupe et aux visites d'échange, les agriculteurs ont pu échanger leurs expériences. Ces initiatives ont grandement aidé les agricultrices ayant un accès limité à des services de vulgarisation à recevoir des informations sur les meilleures pratiques agronomiques. Par exemple, le nombre de femmes utilisant des engrais (principalement des engrais foliaires) et le nombre de femmes qui entreprennent une lutte antiparasitaire et une gestion des parasites sont passés respectivement de 27,8 % et 38,3 % avant les interventions du projet à 64,24 % et 70,88 %.

« Avant de commencer à vendre au sein du groupe, j'avais difficilement accès à des renseignements, et ma récolte était mauvaise. Mais maintenant, je peux facilement communiquer avec d'autres membres et obtenir instantanément les renseignements dont j'ai besoin. Cela a entraîné une augmentation de ma récolte. »

— Nabikolo Monica, 29 ans, groupe des agriculteurs de Kirangira, district de Kiboga

Un accès amélioré aux ressources et une propriété renforcée de celles-ci

Avec l'augmentation des revenus provenant de la vente de haricots par l'intermédiaire de groupes de commercialisation collective, les femmes ont pu acquérir des actifs agricoles et en tirer davantage parti. Elles ont acheté et loué des lopins de terre pour la production, et peuvent acquérir et posséder de gros animaux d'élevage, comme des bovins. Ces réalisations sont possibles grâce à une plus grande autosuffisance des femmes, à l'amélioration de leur pouvoir de négociation au sein du ménage et à un contrôle accru de leurs revenus.

« Lorsque les femmes ont de l'argent et qu'elles en ont le contrôle, elles peuvent facilement acheter tout ce qu'elles veulent. »

— M^{me} Rose Nansamba, agricultrice, district de Mubende

D'autres agricultrices partageaient le même point de vue. Par exemple, M^{me} Florence Nakanwagi, une bénéficiaire du projet, a affirmé qu'elle a pu acheter une vache grâce aux produits de la culture de haricots. Cette vache lui permettra d'obtenir des revenus supplémentaires grâce à la vente du lait et fournira du lait pour sa famille.

Même si la participation accrue des femmes à la commercialisation des haricots présente des avantages évidents, certains défis relatifs à celle-ci sont apparus au sein des ménages. Les données ventilées par sexe et les discussions thématiques de groupes mixtes ont permis d'apprendre que, dans de nombreux ménages où des femmes vendaient des haricots par l'intermédiaire du groupe, les maris de celles-ci leur retiraient leur appui financier. Dans de telles circonstances, les femmes ont été forcées de payer des dépenses habituellement couvertes par les hommes, y compris les frais de scolarité, les factures d'hôpital et les besoins généraux des ménages. Dans d'autres circonstances, les hommes empruntaient de l'argent à leurs femmes et ne les remboursaient jamais. Lors des discussions thématiques de groupes d'hommes seulement, les agriculteurs ont déclaré qu'ils faisaient fi intentionnellement de leurs responsabilités financières pour s'assurer que leurs femmes dépensaient l'argent qu'elles gagnaient pour répondre aux besoins de tous les membres du ménage.

Conclusion

Même si la commercialisation collective a posé des défis pour les ménages, les femmes ont pu participer à cette activité dominée par les hommes et bénéficier des revenus générés par la commercialisation des haricots. Les femmes qui ont été capables de gérer un revenu accru ont été en mesure d'acheter et de posséder des ressources agricoles supplémentaires, comme des terrains et du bétail. Par conséquent, les modalités liées à la reproduction et à l'augmentation de la participation des femmes à la commercialisation ainsi qu'à l'amélioration des avantages de la commercialisation collective (en particulier pour les femmes) doivent être approfondies.

La combinaison de la commercialisation collective, de la promotion de l'agriculture en tant qu'entreprise familiale et d'un modèle de crédit sexospécifique visant les semences, permettant un accès équitable à des semences de haricots de qualité chaque fois que cela est nécessaire, offrira des avantages encore plus importants aux agricultrices et à leur ménage. Pour que la commercialisation collective devienne une pratique durable et pour conserver l'harmonie au sein



Les chercheurs ont sélectionné les haricots qui cuisaient le plus rapidement et en ont choisi douze pour la production.



GEORGINA SMITH/CIAT

Les revenus moyens des femmes provenant de la vente de haricots sont passés de 126 USD à 170 USD entre 2014 et 2016.

des ménages, plus d'hommes devraient être encouragés à se joindre à des groupes, à promouvoir la culture des haricots en tant qu'entreprise familiale et à soutenir la coopération au sein du ménage ainsi que le partage des responsabilités entre les hommes et les femmes. Il est également nécessaire de sensibiliser les agriculteurs et les agricultrices aux rôles importants que les femmes peuvent jouer dans un ménage si elles en ont l'occasion et les ressources économiques.

Remerciements

Nous remercions l'équipe du projet des haricots précuits pour son travail acharné dans le but d'améliorer le sort des agriculteurs ainsi que le CRDI et l'ACIAR pour leur soutien financier sans lequel ce travail n'aurait pas été possible.

Références

- Felix, M.S. 2015. What determines women's participation in collective action? Evidence from a western Ugandan

coffee cooperative. *Journal of Feminist Economics* 22 (1): 130-157.

- Markelova, H., Meinzen, D., Hellin, J. et Dohrn, S. 2009. Collective action for smallholder market access. *Food Policy* 34 (1): 1-7.
- Lothoré, A. et Delmas, P. 2009. *Market Access and Agricultural Product Marketing: Promoting Farmer Initiatives*. Inter-réseaux Développement rural et Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA), Paris. <http://bit.ly/2t9FKjj>
- Waithanji, E., Njuki, J. et Nabintu, B. 2013. Gendered participation in livestock matters. In Njuki, J. et Sanginga, P.C. *Women, Livestock Ownership and Markets. Bridging the Gender Gap in Eastern and Southern Africa*. Routledge, London. <http://bit.ly/2swOcv>

Personne-ressource

Grace Nanyonjo : nanyonjograce1@gmail.com

Cultiver l'avenir de l'Afrique (CultivAf) finance des travaux de recherche visant à accroître la sécurité alimentaire à long terme en Afrique de l'Est et en Afrique australe.



Centre de recherches pour le développement international
CP 8500, Ottawa (Ontario), Canada K1G 3H9
Téléphone : +1 613-236-6163 | Télécopieur : +1 613-238-7230 | www.crdi.ca