



Rapport d'analyse

Entrepreneuriat féminin en Haïti

DIAGNOSTIC DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN HAÏTI – STRATÉGIE EFH DU PANSEH

Par : Eunide Louis

Dossier : 4456-33-35 (4022)

Septembre 2015

TABLE DES MATIERES

LISTE DES ANNEXES.....	2
LISTE DES TABLEAUX	3
LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES.....	4
1.0 MISE EN CONTEXTE	5
2.0 CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE	6
3.0 FEMMES ENTREPRENEURES : ELÉMENTS DE CADRAGE.....	8
3.1 Femmes sur le marché du travail.....	8
3.2 Structure par sexe et par âge	10
3.3 Motivation à la création d'entreprise	11
3.4 Situation matrimoniale	11
3.5 Capital de connaissance.....	12
3.6 Capital social.....	13
3.7 Capital financier	14
3.8 Secteurs d'activités, types de projets et d'entreprises.....	15
3.9 Les facteurs de développement de l'entrepreneuriat	16
4.0 ENTREPRENEURIAT FÉMININ ET FINANCEMENT.....	19
4.1 Statistiques des IMF selon le genre.....	19
4.1.1 Personnel et sociétaires des IMF selon le sexe	19
4.1.2 Ventilation du portefeuille brut selon le sexe et le type d'institution	22
4.1.3 Ventilation du portefeuille brut par secteur d'activités bénéficiaire	23
4.1.4 Services offerts par les institutions de micro-finance.....	23
4.2 Femmes entrepreneures et structures informelles de microcrédit	23
4.2.1 L'endettement : filet de sécurité pour les familles.....	23
4.3 Contexte environnemental de l'entrepreneuriat en Haïti	27
4.3.1 Stratégies et priorités gouvernementales	28
4.3.2 Principaux ministères et entités concernés	28
4.3.3 Principaux programmes et interventions de soutien des PTF	30
4.4 Impact de la modernisation des IMF sur les femmes entrepreneures.....	30
5.0 FEMMES DANS LES FILIERES	32
5.1 Processus d'identification et de classement des filières par le MCI	32
5.2 Positionnement des femmes dans les filières non agricoles	33
5.3 Besoins financiers et non financiers des femmes entrepreneures	36
CONCLUSION	40
1.0 STRATÉGIE EFH DU PANSEH	1
1.1 Présentation du PANSEH	1
1.2 Cadrage EFH	2
1.3 Bien-fondé d'une stratégie EFH pour le PANSEH.....	4
1.4 EFH - double approche : transversale et spécifique.....	4
1.5 Objectifs EFH du PANSEH	5
1.6 Méthode d'intégration de l'EFH dans le programme	5
1.7 Opérationnalisation de l'EFH dans le programme	6
1.8 Synthèse des parties prenantes et stratégies d'actions	11
CONCLUSION ET AXES D'INTERVENTION	16
BIBLIOGRAPHIE	17

LISTE DES ANNEXES

- Annexe 1 : Termes de référence (TDR)
- Annexe 2 : Liste des participant-e-s aux rencontres individuelles et de groupe
- Annexe 3 : Grille de base des échanges
- Annexe 4 : Tableaux complémentaires : A, B, C, D
- Tableau A : Distribution de la population en âge de travailler selon le groupe d'âges et les indicateurs de la force de travail
- Tableau B : Distribution en pourcentage(%) des actifs occupés selon le sexe par branche d'activités de l'emploi
- Tableau C : Distribution des personnes au foyer classées comme inactives involontaires disponibles par sexe selon les raisons de la non-recherche d'emploi
- Tableau D : Distribution (%) des salariés des secteurs privé formel et privé informel selon la branche d'activités
- Annexe 5 : Programmation et actions des Ministères
- Annexe 6 : Politique EFH Haïti et autonomisation économique des femmes
- Annexe 7 : Principaux intervenants nationaux et régionaux et offre de services
- Annexe 8 : Structuration secteur coopératif et non coopératif
- Annexe 9 : Produits et services offerts par les filiales des banques et les IMF
- Annexe 10 : Structures locales d'appui aux entrepreneur-e-s
- Annexe 11 : Tableau synthèse sur les filières

LISTE DES TABLEAUX

- Tableau 1 : Rencontres réalisées et nombre de personnes rencontrées
- Tableau 2 : Répartition des entreprises en fonction du sexe de leur propriétaire
- Tableau 3 : Distribution des entreprises recensées selon l'âge du répondant dans l'entreprise
- Tableau 4 : Entreprises selon la condition matrimoniale du propriétaire
- Tableau 5 : Distribution d'entreprises recensées selon le niveau d'étude du propriétaire
- Tableau 6 : Entreprises selon le sexe et les secteurs d'
- Tableau 7 : Entreprises selon le type et les départements.
- Tableau 8 : Nombre d'institutions et d'employé(e)s
- Tableau 9 : Nombre d'employé(e)s selon le type d'institution
- Tableau 10 : Évolution du nombre d'emprunteurs selon le sexe et la taille moyenne des prêts de 2010/ 2014 dans l'ensemble des IMF de l'étude
- Tableau 11 : Nombre d'emprunteurs et taille moyenne des prêts par sexe
- Tableau 12 : Nombre d'emprunteurs et taille moyenne des prêts par type d'institution et par sexe en 2010 et 2014
- Tableau 13 : Nombre d'emprunteurs : ventilation en fonction du sexe et du type d'institution
- Tableau 14 : Ventilation du portefeuille brut en fonction du sexe et du type d'institution (2010-2011)
- Tableau 15 : Ventilation du Portefeuille brut par activité bénéficiaire (2010 -2011)
- Tableau 16 : Politique EFH : Objectif et entités responsables et/ou impliquées
- Tableau 17 : Produits typiques Sud, Ouest, Grande Anse, Artibonite
- Tableau 18 : Synthèse des besoins financiers et non financiers des femmes entrepreneures
- Tableau 19 : Synthèse des parties prenantes et stratégies d'actions

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

AAN	Autorité aéroportuaire nationale
ACDI	Agence canadienne de développement international
ACTED	Agence d'Aide à la Coopération Technique et au Développement
BID	Banque interaméricaine de développement
BME	Bureau des Mines et de l'Énergie
CCI	Chambre de commerce et de l'industrie
CEC	Coopérative d'épargne et de crédit
CEI	Centre d'entrepreneuriat et d'innovation de l'Université Quisqueya
CFI	Centre de Facilitation des Investissements
CONATEL	Conseil National des Télécommunications
DGI	Direction générale des impôts
DID	Développement international Desjardins
DINEPA	Direction Nationale de l'Eau Potable et de l'Assainissement
EBCM	Enquête Budget Consommation des Ménages
ECVMAS	Enquête sur les conditions de vie des ménages après le séisme
Ed'H	Électricité d'Haïti
EEEI	Enquête sur l'emploi et l'économie informelle
EFH	Egalité / Equité entre les femmes et les hommes
EMMUS V	Enquête Morbidité, Mortalité et Utilisation des Services de Santé - 2000
Fonkoze	Fondation Kole Zepol
FRPC	Facilités élargies pour la réduction de la pauvreté et la croissance
HIFIVE	Haiti Integrated Financing for Value Chain Enterprise
IHSI	Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique
IMF	Institutions de micro-finance
INFP	Institut National de Formation Professionnelle
KNFP	Konsèy Nasyonal Finansman Popilè
MARNDR	Ministère Agriculture, Ressources Naturelles et Développement Rural
MAST	Ministère des affaires sociales et du travail
MC	Ministère de la Culture
MCD	Mouvement des caisses Desjardins du Québec
MCFDF	Ministère à la Condition Féminine et aux Droits des femmes
MCI	Ministère du Commerce et de l'Industrie
MCOM	Ministère de la Communication
ME	Ministère de l'environnement
MEF	Ministère de l'économie et des finances
MENFP	Ministère de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle
MPCE	Ministère de la planification et de la coopération externe
MPME	Micros, petites et moyennes entreprises
MSPP	Ministère de la santé publique et de la population
MT	Ministère du tourisme
MTPTC	Ministère des Travaux Publics, Transports et Communications
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Économique
OFATMA	Office d'Assurance Accidents du Travail, Maladie et Maternité
OFNAC	Office National de l'Aviation Civile
OMRH	Office de management et de ressources Humaines
ONG	Organisations non gouvernementales
PANSEH	Programme d'appui à la structuration de l'entrepreneuriat en Haïti
PARDH	Plan d'Action pour le Relèvement et le Développement d'Haïti
PME	Petite et moyenne entreprise
PNUD	Programme des Nations-Unies pour le Développement
PSDH	Plan Stratégique de Développement d'Haïti
PTF	Partenaires technique et financiers
SEMANAH	Service maritime et de la navigation d'Haïti
SYFAAH	Système de Financement et d'Assurances Agricoles en Haïti
TTG	Table thématique Genre
PRIMA	Programme de renforcement intégré des affaires

1.0 MISE EN CONTEXTE

La crise financière et économique mondiale a mis le projecteur sur la croissance économique, l'emploi, l'innovation et la productivité. Conscients du rôle essentiel que peut jouer l'entrepreneuriat dans la reprise de l'activité économique, les gouvernements se sont donnés comme objectifs d'orienter les économies nationales vers la viabilité à long terme et de créer un contexte favorable à la création d'entreprises. Ainsi, les programmes mis en œuvre ont pris la forme de garanties d'emprunts, d'allègements fiscaux, de crédits alloués à la recherche pour stimuler l'innovation, de dispositifs destinés à favoriser l'activité indépendante et d'augmentation des dépenses publiques pour stimuler la croissance.

Depuis quelques années, avec l'appui de la communauté internationale, les autorités haïtiennes ont consenti des efforts importants pour mettre en place certaines conditions de base au développement du pays et amorcer un redressement économique et social significatif. Haïti affichait pour l'année fiscale 2008-2009 un taux de croissance de 2,9 pour cent, taux le plus élevé de la Caraïbe. Le tremblement de terre du 12 janvier 2010 a ralenti la mise en œuvre d'un ensemble de réformes et de programmes, de mesures qui devaient entraîner des retombées positives sur le plan économique. Au nombre des pays admissibles à bénéficier de la facilité pour la réduction de la pauvreté et pour la croissance (FRPC), Haïti s'est vu annulé plus de 1,2 milliards de dollars de dette externe. Cette réduction de dette a permis au pays de renforcer les organes de perception, d'augmenter sensiblement les recettes de l'État, de créer le Centre de Facilitation des Investissements (CFI), de concrétiser les efforts garantissant à l'industrie du textile installée en Haïti de bénéficier d'un accès préférentiel au marché américain et d'arriver à l'aboutissement d'initiatives légales importantes dans les domaines de l'immobilier et du crédit.

Dans la voie de sa reconstruction, Haïti élabore son Plan Stratégique de Développement (PSDH) qui détaille le contenu des Grands Chantiers pour le Relèvement et le Développement d'Haïti. Le Plan d'Action pour le Relèvement et le Développement d'Haïti (PARDH) dans l'axe refondation économique prévoit : 1) la mise en œuvre d'un cadre macroéconomique propice au développement, 2) l'appui à l'investissement privé externe et interne, 3) la modernisation et la dynamisation de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche, 4) la valorisation des secteurs compétitifs de l'économie haïtienne, de l'industrie manufacturière et du tourisme en particulier, 5) la mise en place d'une véritable industrie de la construction, 6) le développement du secteur des services, 7) l'exploitation durable des ressources géologiques et 8) la mise en œuvre de projets ciblant la création d'emplois ainsi que l'amélioration de la productivité et de l'employabilité ».

Les diagnostics et analyses confirment l'idée que l'investissement en faveur des femmes et des hommes, des filles et des garçons en tenant compte de leurs besoins et intérêts respectifs, agit comme vecteur de développement économique et social. De ce fait, l'accès équitable des femmes et des hommes au marché du travail et leur participation égale au processus de production sont des éléments essentiels à la croissance économique, la cohésion sociale et au développement durable.

En matière d'orientation stratégique, le choix gouvernemental énoncé dès le départ est celui d'une plus grande ouverture vers les plus vulnérables, dont les femmes. Sous l'angle des idées, le plan d'action (PARDH) fait de l'égalité entre les femmes et les hommes (EFH) d'une part, une approche transversale et d'autre part, un objectif spécifique en vue de corriger les inégalités de genre. L'objectif d'EFH est inscrit dans l'axe de refondation sociale à travers le programme « assurer l'égalité de genre ». Dans la même veine, l'orientation « pour une égalité économique et un accès équitable à l'emploi entre les femmes et les hommes » du Plan d'action associé à la Politique Nationale d'égalité entre les femmes et les hommes (EFH) poursuit trois objectifs :

- ✓ Favoriser l'autonomisation économique des femmes;
- ✓ Renforcer les capacités des femmes à pénétrer les filières porteuses de l'économie;
- ✓ Appuyer le développement de l'entrepreneuriat féminin.

Dans la société haïtienne, les femmes sont considérées comme le « poto mitan / le pilier de l'économie nationale. En dépit de ces considérations, leur travail est souvent occulté ou peu valorisé. Les données recueillies par les diverses sources d'information posent le constat du besoin d'un cadre de développement économique privilégiant l'entrepreneuriat féminin en vue de mieux valoriser l'apport des femmes. L'égalité entre les femmes et les hommes dans l'accès à la création d'entreprises, l'efficacité économique et la croissance ne seront au rendez-vous que si des mesures appropriées de remédiation sont prises et qu'il y ait une réelle mobilisation de ressources et d'efforts autour du développement de l'entrepreneuriat.

Le Programme national d'appui à la structuration de l'entrepreneuriat en Haïti (PANSEH) entend contribuer à la croissance économique du pays en appuyant la mise en place d'un environnement d'affaires qui stimulera la productivité des micros, petites et moyennes entreprises (MPME) haïtiennes. De ce fait, le programme appuiera d'une part, les institutions financières pour qu'elles puissent servir adéquatement le marché des micros, petites et moyennes entreprises (MPME), d'autre part, les MPME qui veulent se procurer des services non-financiers (conseil, plan d'affaires, études de marché, formation, « coaching », mentorat, etc.) auprès de partenaires du projet et enfin, des activités de structuration faites par le Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI) visant la mise en œuvre de mesures favorisant le développement des MPME.

Le PANSEH a sollicité la réalisation d'un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Haïti et l'élaboration d'une stratégie d'égalité entre les femmes et les hommes (EFH) pour répondre de façon innovatrice et efficace aux besoins des femmes entrepreneures qui sont mal ou non comblés par le marché.

2.0 CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE

Des études¹ réalisées sur les femmes entrepreneures, généralement, trois composantes se dégagent : l'entrepreneure (ses caractéristiques personnelles), l'environnement qui l'entoure et son entreprise (caractéristiques organisationnelles). La littérature disponible fait également état des facteurs politiques, économiques, socioculturels et individuels qui influencent l'entrepreneuriat en général et l'entrepreneuriat féminin² plus spécifiquement.

Premièrement, il est démontré que les facteurs politiques (les lois, politiques et programmes) ont un rôle clé au niveau de la tendance et du potentiel des individus, quant au choix des activités entrepreneuriales et de l'accès aux moyens et aux services encourageant le processus de lancement dans les affaires.

Deuxièmement, un lien important existe entre le revenu et la création d'entreprises. En effet, dans une économie développée, les individus ont beaucoup de chance de trouver un emploi bien payé et, partant, de ne pas être motivé à créer des MPME. La situation contraire est plus courante dans les pays en voie de développement. Par conséquent, l'accès difficile au crédit au démarrage est un des facteurs, non des moindres, freinant l'entrepreneuriat féminin.

Troisièmement, la culture a un impact sur l'entrepreneuriat. Les recherches ont montré que le milieu peut jouer dans le processus d'éveil entrepreneurial. Un individu socialisé dans un environnement où prime l'activité entrepreneuriale, c'est-à-dire, en présence de modèles d'entrepreneur-e-s et avec inculcation de valeurs telles l'indépendance, la responsabilisation, la capacité à prendre des décisions en assumant les conséquences, sera plus enclin qu'un autre à se tourner vers l'entrepreneuriat. De même, la socialisation, les valeurs socioculturelles inculquées peuvent, si on n'y prête pas assez d'attention, véhiculer des préjugés sociaux qui déboucheront d'abord sur une

¹ Bahja Amrhar, Louis Jacques Filion (dir.) « L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation », cahier de recherche No 2001-04, mai 2001

² Rwenge Mburano Jean-Robert, Njeri Kinyanjui, et Maina Lucy (2013). *Facteurs Explicatifs de l'Entrepreneuriat Féminin en Afrique SubSaharienne : Cameroun et Kenya*. Rapport de Recherche du FR-CIEA N° 66/13.

place et un rôle limité des femmes dans la société, ensuite sur l'occultation de leur pouvoir décisionnel et en fin de compte à un accès difficile à l'éducation et aux ressources.

Quatrièmement, de façon générale, des facteurs individuels renvoyant aux dimensions propres à la personne entre en ligne de compte lorsqu'on parle d'entrepreneuriat. Ces dimensions sont, entre autres : le sexe, l'âge, l'état matrimonial, les antécédents familiaux, le niveau de scolarité, l'expérience et le rang familial. Dans la même dynamique, les motifs de se lancer en affaires, les habiletés relationnelles, le style de gestion et de management, les habiletés financières sont regardées sous l'angle du genre. Pour les besoins de notre étude, nous retiendrons les définitions suivantes : d'entrepreneures, d'environnement entrepreneurial et d'entreprise.

En premier lieu, les entrepreneures sont définies comme étant « des personnes, propriétaires d'entreprise(s), qui créent ou développent une activité économique dans le but de générer de la valeur, en exploitant de nouveaux produits, procédés ou marchés »³. Nous mettrons en évidence ce qui peut constituer des limites pour de potentielles entrepreneures et ce qui peut constituer des forces.

En deuxième lieu, l'environnement fait référence à la composition de l'entourage direct de la femme entrepreneure, les particularités des structures sociales et économiques dans lesquelles elle évolue, la nature de ses relations avec ses pourvoyeurs de services, les normes institutionnelles et légales, le gouvernement et les partenaires dans leurs rapports au secteur entrepreneurial, en particulier féminin. **Enfin, l'entreprise** considérée en tant « que structure organisationnelle et spatiale, unité économique, juridiquement autonome, organisée pour produire ou vendre des biens ou des services pour le marché ».

Faire l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin nous amènera à identifier le type d'entreprise que la femme entrepreneure a choisi de créer, le type et la nature des ressources matérielles et financières dont elle dispose, son style de gestion, les problèmes qu'elle a encourus et ceux auxquels elle doit faire face ainsi que ses objectifs de performance (OCDE, 2011). Le potentiel de créations d'emplois, de croissance et d'innovation des secteurs seront l'objet de notre attention.

Dans les faits, les femmes cheffes d'entreprises autant que les femmes porteuses d'un projet de création d'entreprise ou en phase de démarrage sont importantes. En effet, le temps écoulé entre le moment où l'idée a germé et celui où l'entreprise existe véritablement, c'est-à-dire, où elle a été enregistrée pour la première fois, vendu son premier produit ou embauché son premier salarié, informe sur le processus et l'environnement entrepreneurial.

3.0 MÉTHODOLOGIE

Suivant les termes de référence (*Référence - Annexe 1 : TDR*) le document sera structuré de la façon suivante : d'abord, le portrait de la situation de l'entrepreneuriat féminin en Haïti; ensuite les besoins financiers/non-financiers des femmes entrepreneures et les offres de services des organisations impliquées.

Dans un premier temps nous dresserons un portrait de la situation de l'entrepreneuriat féminin en Haïti. Dans cette partie, nous commencerons par présenter le contexte dans lequel se développe l'entrepreneuriat féminin; ensuite, nous ferons un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin et enfin, nous présenterons les principales filières non-agricoles dans lesquelles les femmes jouent un rôle économique important. Dans un second temps, nous identifierons les besoins financiers et non-financiers des femmes entrepreneures et les offres de services des organisations impliquées. Et enfin, nous analyserons l'écart entre l'offre et la demande.

³ OCDE (2011), « Indicateurs de l'entrepreneuriat et registres d'entreprises : importance de la comparabilité internationale », dans Panorama de l'entrepreneuriat 2011, Éditions OCDE.

Ce diagnostic de base servira à l'élaboration de la stratégie EFH 2015-2019 du PANSEH. Il sera réalisé suivant une double approche : qualitative et quantitative. Les techniques d'enquêtes mobilisées seront : l'analyse documentaire, l'entrevue semi-dirigée et le focus groupe (*Référence - Annexe 2 : liste des personnes rencontrées*).

Analyse documentaire. La revue de la documentation, sur l'entrepreneuriat de manière générale et sur l'entrepreneuriat féminin plus spécifiquement, nous permet d'une part, de dresser l'état des lieux de la situation en Haïti et d'autre part, de tirer des leçons des bonnes pratiques d'ailleurs qui peuvent être inspirantes pour Haïti. La recherche documentaire a généré des informations à la fois qualitatives et quantitatives.

Focus groupes. 10 focus groupes ont été menés principalement avec des groupes de femmes, généralement des têtes de pont ou responsables d'organisations travaillant dans différents domaines tels: le commerce, l'artisanat, l'agro-transformation. Les thématiques abordées ont été: le processus de création d'entreprises, la dynamique entrepreneuriale, contexte/environnement des affaires, les défis, la culture entrepreneuriale, le positionnement des femmes dans les filières principalement non agricoles, les structures impliquées et leurs offre de services, les besoins financiers et non financiers des femmes etc. (*Annexe 3 – Grille de base des échanges*).

Entrevue semi-dirigée. Près d'une quarantaine de personnes ont été rencontrées lors des entrevues dans les quatre départements d'intervention : informateurs et informatrices clés, entrepreneures (micro et petites entreprises) à Port-au-Prince et dans les départements de la Grand' Anse, de l'Artibonite, du Sud et de l'Ouest, des personnes ressources et des responsables d'organisations œuvrant dans le domaine de l'entrepreneuriat ou de l'égalité entre les femmes et les hommes (EFH), des personnes ressources dans les principaux ministères. Les thématiques sont sensiblement les mêmes que pour les focus mais, les entretiens plus approfondis. (*Annexe 3 : Grille de base des échanges*).

Tableau 1 - Rencontres réalisées et nombre de personnes rencontrées

	Nombres de rencontres réalisées		Nombres de personnes rencontrées	
	Entrevues	Focus groupe	H	F
Dépt. du Sud	11	3	6	29
Dépt. Artibonite	7	4	10	36
Dépt. Grand' Anse	11	3	12	22
Dépt. Ouest	11	0	5	11
TOTAL	40	10	33	98

4.0 FEMMES ENTREPRENEURES : ELÉMENTS DE CADRAGE

4.1 Femmes sur le marché du travail

Le positionnement des femmes sur le marché du travail nous aide à comprendre leur niveau d'investissement dans l'entrepreneuriat. Dans la distribution des actifs occupés par branche d'activité, quelle que soit l'enquête considérée et la période de réalisation, le commerce (gros/détail) vient en tête position pour les femmes. Les taux d'activité⁴ des femmes haïtiennes de 15 ans et plus sont inférieurs à ceux des hommes. Le taux de chômage est plus élevé pour les femmes quel que soit le groupe d'âge considéré. (*Annexe 4 – Tableau A:*

⁴ L'activité a pour objectif de produire des biens et des services, marchandes ou non, moyennant un salaire ou un traitement en espèce ou en nature (emplois rémunérés), ou en vue d'un bénéfice ou d'un gain familial (emplois non rémunérés). Sont alors considérées comme actives, les personnes susceptibles de participer à l'activité économique à savoir celles qui constituent effectivement la main d'œuvre de la production de biens et de services et celles qui cherchent à intégrer cette main d'œuvre.

Distribution de la population en âge de travailler selon le groupe d'âges et les indicateurs de la force de travail).

Selon l'Enquête Budget Consommation des Ménages (EBCM) 1999-2000, par ordre d'importance, la distribution des actifs occupés par branche d'activités de l'emploi se présentait comme suit en 2001: pour les hommes, pêche (97,4%), transport et entreposage et communication (97,5%), construction (96,3%), agriculture (74,4%); et pour les femmes, hôtels et restaurants (90,7%), commerces de gros et de détail (83,8%). (*Annexe 4-- Tableau B - Distribution en pourcentage (%) des actifs occupés selon le sexe par branche d'activités de l'emploi*).

Les données de l'Enquête⁵ sur l'Emploi et l'Économie Informel EEI (2010), plus récentes⁶, font ressortir, entre autres, ce qui suit :

- ✓ Un faible engagement des femmes dans l'activité économique. En effet, le taux d'activité des hommes vaut 1.35 fois plus que celui des femmes. Entre 20 et 35 ans, la « progression » des taux d'activité des femmes est moins rapide que celle des hommes en raison probablement d'un problème de conciliation entre les obligations familiales et l'activité économique aux âges de procréation.
- ✓ Quel que soit le milieu de résidence, les conjointes des chefs de ménage sont moins actives que leurs conjoints (62% contre 87,2%). Les femmes cheffes de ménage sont aussi moins actives que leurs homologues masculins (60,4% contre 87,2%). Beaucoup plus de femmes parmi les conjointes que parmi les femmes cheffes de ménage (76,8% contre 64%) se déclarent être « personnes au foyer », catégorie fonctionnelle d'inactives.
- ✓ Après les étudiants (49,7%) les personnes au foyer (27,3%) constituent le deuxième principal groupe d'inactifs. De ce dernier groupe, les femmes représentent (80,1%). Les femmes inactives sont bien plus fréquemment engagées dans les tâches domestiques assignées aux « personnes au foyer » (36,7%) que les hommes 13,7%. En ce qui a trait au niveau d'étude, près de 4 femmes sur 10 n'ont aucun niveau d'études contre 2 hommes sur 10.
- ✓ L'inactivité involontaire prédomine avec une plus forte proportion pour les femmes (39,2%) que pour les hommes (31,8%). Les « personnes au foyer », majoritairement des femmes (66,1%) sont des inactives involontaires disponibles pour travailler. (*Annexe 4 - Tableau C : Distribution des personnes au foyer classées comme inactives involontaires disponibles par sexe selon les raisons de la non-recherche d'emploi*).

Ce confinement aux tâches domestiques d'une bonne partie des femmes inactives semble être lié à des difficultés d'insertion dans l'emploi, tout en se référant parallèlement au partage des rôles entre les genres dans l'économie domestique.

La réponse positive des femmes au foyer à la question de leur disponibilité révèle une ambivalence entre la nécessité d'avoir un emploi pour assurer l'entretien du ménage, en augmenter le niveau de vie et la prise en charge des tâches domestiques. De plus, la situation au travail est plus contraignante pour les femmes lorsqu'elles doivent combiner famille et travail. Selon Anglade (1986), très souvent, il n'y a pas de retrait des femmes de l'activité économique au moment d'avoir et de prendre soin des enfants en bas âge.

⁵ Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI) (2010). Enquête sur l'Emploi et l'Économie Informelle (EEI -2007). Haïti.

⁶ Pas de données d'enquête nationale relative à l'emploi disponible pour la période 2008-2014.

- ✓ Les raisons sous-jacentes à l'inactivité involontaire sont : des contraintes familiales ou physiques, le fonctionnement du système d'emploi ou au fonctionnement du marché du crédit et des voies d'accès à l'entrepreneuriat, ou encore l'existence d'un décalage entre le profil professionnel des personnes et les exigences des employeurs potentiels. Le fait de n'avoir pas trouvé un financement pour créer une entreprise est particulièrement cité par les femmes au foyer (32,4%). En effet, 35,8% des femmes au foyer se déclarent inactives involontaires disponibles avancent un problème de financement contre 17,3% de leurs pairs.

Les stratégies de survie hors des marchés du travail classique restent des embûches pour les femmes qui n'ont pas, par exemple, accès à un financement leur permettant de s'installer à leur propre compte, ou qui n'ont pas trouvé d'emploi salarié. (Lamauthe. N 2012).

- ✓ Des raisons liées à leur perception du fonctionnement du marché du travail sont avancées par 27,9% des femmes au foyer désirant travailler pour expliquer leur renonciation à la recherche d'emploi. Ces perceptions renvoient l'image d'un marché du travail dégradé, où la création d'emplois, lorsqu'elle se produit est insuffisante vis-à-vis du flux des entrants sur ce marché.

Dans les conditions précitées, assumer le rôle de personne au foyer peut alors constituer une forme de repli pour certaines femmes, en espérant que se produise une embellie sur le marché du travail (Lamauthe. N 2012).

- ✓ Près de la moitié des « femmes au foyer » invoquent leurs obligations domestiques pour justifier la renonciation à la recherche d'emplois contrairement aux autres inactifs disponibles pour lesquels l'absence de recherche d'emploi s'explique par les insuffisances du marché de l'emploi, le manque de qualification et le découragement.

- ✓ Les femmes salariées du secteur informel sont bien plus fréquemment engagées dans les branches suivantes : éducation (46,9%), activité de fabrication (14,2%), activité de santé et action sociale (9,2%). Les hommes se distribuent principalement entre l'éducation (24,2%), la construction (16,7%), les transports et les communications (13,3) et les activités de fabrication (12,0). (Annexe 4 - Tableau D- Distribution (%) des salariés des secteurs privé formel et privé informel selon la branche d'activité).

4.2 Structure par sexe et par âge

Identification des Répondant-e-s suivant leur statut et leur sexe. Le recensement⁷ (du MCI informe sur le statut la répartition par sexe des entrepreneures. Il y a 61,4% des propriétaires des entreprises recensées sont de sexe féminin. Les répondant-e-s sont en grande majorité (81,0%) des propriétaires et, dans le lot des répondants, les femmes sont majoritaires. Elles représentent à peu près deux fois l'effectif des hommes (42,227 contre 21,710)⁸.

Tableau 2 : Répartition des entreprises en fonction du sexe de leur propriétaire

	Ouest	Grande Anse	Artibonite	Sud	Grand Total
Femmes	55,3%	65,7%	59,2%	65%	61,4%
Hommes	37,7%	27,5%	36,1%	26,2%	32,6%
Aucune réponse	7%	6,8%	4,7%	8,8%	6%
	100%	100%	100%	100%	100%

⁷ Ministère du Commerce et de l'industrie (MCI) « Le recensement des entreprises 2012-2013 ». Déc. 2014.

⁸ Le recensement du Ministère du Commerce et de l'industrie (MCI), de 2013, avait pour objectif général d'identifier et de cartographier toutes les entreprises fonctionnant sur le territoire national en vue de mieux cerner leurs besoins, les problèmes auxquels elles font face ainsi que les opportunités qui s'offrent à elles. En dépit de ses limites le recensement donne une idée du panorama de l'entrepreneuriat en Haïti.

Source : Recensement des entreprises-(MCI), Déc. 2014

Il aurait été intéressant d'avoir les chiffres sur la création de nouvelles entreprises par les femmes ces dernières années, de regarder si il y a des liens à faire d'une part, avec les mesures prises par l'État à travers le MCI pour faciliter la création d'entreprises, et d'autre part, avec les intervention des diverses partenaires techniques et financiers. Des données et des analyses plus spécifiques nous aideraient à voir comment les femmes s'en sortent dans un environnement des affaires non favorable à l'entrepreneuriat féminin et dans un contexte socioculturel présentant des contraintes et obstacles majeurs pour elles.

4.3 Motivation à la création d'entreprise

En termes de motivation, l'engagement des femmes en matière de création d'entreprises est nettement supérieur à celui des hommes si l'on se réfère au nombre d'entreprises dont les femmes sont propriétaires. La majorité des femmes rencontrées disent avoir démarré une petite entreprise en particulier pour trouver un moyen d'existence à défaut de trouver un emploi salarié. La majorité de ces femmes n'espèrent pas trouver un emploi de par leur formation académique et/ou leur parcours professionnel, leur trajectoire sociale (...). Les femmes entrepreneures de nos entrevues qui réfèrent à des considérations d'ordre professionnel ou l'accomplissement professionnel pour expliquer le principal motif de la création de leurs entreprises, sont des femmes au parcours professionnel ou social exceptionnel et/ou particulier. L'évaluation de leurs ressources et/ou capital (capital de connaissance et savoir -faire, capital financier, capital social) leur permet de conclure, que se mettre à leur compte leur serait plus profitable autant sur le plan financier que sur le plan de la satisfaction personnelle.

Propriétaire en fonction du groupe d'âge⁹. La distribution des entreprises par tranche d'âges montre une variation faible des proportions de propriétaires en fonction du groupe d'âges. Cependant, les effectifs absolus de propriétaires décroissent en fonction de l'âge. Les entrepreneur-es semblent se caractériser par leur jeunesse. La proportion de jeunes entrepreneur-e-s est encore faible mais elle est en constante progression.

Tableau 3- Distribution des entreprises recensées selon l'âge du répondant dans l'entreprise

Groupes d'âges	Nombre	%
13-19 ans	518	0,939785 %
20-44 ans	35281	64,00878 %
45-64 ans	16810	30,49765 %
64 et plus	2510	4,553784 %
Total	55119	100 %

Source : Recensement des entreprises-(MCI), Déc. 2014

4.4 Situation matrimoniale

Selon le recensement du MCI, la situation matrimoniale des répondant-e-s (majoritairement des femmes) se présente comme suit : 25, 8 % de personnes « placées¹⁰ », 31,1% de personnes mariées; 12,9% de personnes célibataires. Les personnes en union (cumul « placées » et mariées : 56,9%) auraient tendance à se diriger vers l'entrepreneuriat plus que les célibataires. Ces femmes entrepreneures en union ont très souvent des enfants à charge, des responsabilités au foyer et cumulent parfois des double ou triple journées de travail. La combinaison vie familiale et activités économique constitue des contraintes au développement et expansion de leur entreprise.

⁹ ibid op cit

¹⁰ Plaçage : mariage coutumier.

Tableau 4 - Entreprises selon la condition matrimoniale du propriétaire

Condition Matrimoniale	Effectif	Pourcentage
Non –réponse	17101	25,7 %
Célibataire	8622	12,9 %
Placé	17200	25,8 %
Marié	20722	31,1 %
Divorcé	377	0,6 %
Veuf	2621	3,9 %
TOTAL	66643	100%

Source : Recensement des entreprises-(MCI), Déc. 2014

4.5 Capital de connaissance

Capital de connaissance. La notion de capital de connaissance renvoie au savoir, savoir – faire, savoir – technique, à la maîtrise de l'ensemble des pratiques, comportements et règles admises par la société. Si l'on se réfère aux documents de politiques nationales ou sectorielles, le consensus est unanime autour du caractère essentiel de l'éducation et de la formation, considérée comme des investissements socialement productifs. Il en est de même du fait qu'Haïti ne peut se développer et devenir compétitive si dans un premier temps il n'y a pas un fort investissement dans l'acquisition de connaissances et de compétences.

L'EMMUS V¹¹ présente les taux de fréquentation scolaire par sexe et l'indice de parité entre les genres pour les niveaux primaire et secondaire. Au niveau primaire, l'indice de parité est d'environ 1,0 ce qui indique une fréquentation scolaire à peu près les mêmes pour les filles et les garçons du même âge. Au niveau secondaire, l'indice de parité de 1,35 montre une discrimination positive pour les filles de 12-17 ans dont 29 % sont scolarisées contre 22 % pour les garçons du même âge. Aussi bien pour les femmes que pour les hommes, on constate des écarts importants entre le milieu urbain et le milieu rural.

En dépit des avancées en matière de scolarisation, Haïti n'a pas encore rattrapé son retard dans la région. Autant les données de l'EMMUS V que celles de l'ECVH-2012¹² montrent une nette amélioration en matière de scolarisation. Cependant, si l'éducation pour les cohortes les plus récentes s'est nettement accrue, le niveau d'études atteint par les adultes reste faible. L'analphabétisme touche 23% de la population de 10 ans et plus. Les inégalités de genre sont également très marquées : 28% de femmes ne savent lire et écrire contre 19% des hommes. En 2007, 47% des adultes n'avaient aucun niveau d'instruction. On observe une progression en 2012 où un peu plus d'un tiers des adultes n'ont aucun niveau d'instruction. Ces faibles niveaux d'éducation ont des conséquences sur le mode d'insertion sur le marché du travail et sur les revenus et, ils se traduisent souvent par un faible niveau de productivité.

Un aperçu global de la scolarisation et du niveau de formation des entrepreneur-e-s¹³ est donné à partir du recensement du MCI: 12% des propriétaires des PME ont atteint l'université; le taux est de 7% en rapportant l'analyse à l'ensemble des entreprises recensées. Environ 27% des propriétaires des MPME ont un niveau d'éducation primaire, ce taux atteint 37% quand on considère l'ensemble des entreprises; 57% des propriétaires des MPME ont un niveau d'éducation secondaire, le taux est de 52% pour l'ensemble des entreprises recensées. (*Référence - Tableau 5*).

Tableau 5- Distribution d'entreprises recensées selon le niveau d'étude du propriétaire

¹¹ Enquête Mortalité, Morbidité et Utilisation des Services, EMMUS V, Haïti 2012.

¹² Enquête sur l'Évolution des Conditions de vie en Haïti entre 2007 et 2012. Herrera et al. (2014). Haïti.

¹³ A titre de rappel : les données du recensement du MCI ne sont pas systématiquement ventilées selon le sexe. Lorsque les données désagrégées selon le sexe font défaut, nous devons cependant garder à l'esprit que les répondants sont en grande majorité des propriétaires. Les femmes sont majoritairement dans le lot des répondants. Elles font à peu près 2 fois l'effectif des hommes (42,227 contre 21,710).

Niveau étude	Nombre	%
Aucun/ préscolaire	703	1,054874
Primaire	15308	22,97015
Secondaire	22504	33,76799
Universitaire	2784	4,177483
Technique professionnelle	82	0,123044
Autres	171	0,256591
Non réponse	25091	37,64987
	66643	100

Source : Recensement des entreprises-(MCI), Déc. 2014

En conséquence, bien que la parité soit atteinte dans l'enseignement primaire et secondaire, les femmes actives ont un accès limité aux emplois sécurisés et décents, 60 % d'entre elles ayant un emploi informel selon l'enquête sur les conditions de vie des ménages après le séisme (ECVMAS, 2012). Le faible niveau d'éducation agit négativement sur le niveau de productivité, le mode d'insertion sur le marché du travail et sur les revenus (ECVH-2012).

Les données de l'EEEE, indique d'abord que le nombre de personnes parmi les « personnes au foyer » qui n'ont pas fait d'études est bien plus marqué pour les femmes (39.8 %) que pour les hommes (21 %). Ensuite, les insertions sont différenciées selon le sexe. Les femmes salariées du secteur informel sont bien plus fréquemment engagées dans la branche éducation (46,9%), activité de fabrication (14,2%) et activité de santé et action sociale (9,2%). Les hommes se distribuent principalement entre l'éducation (24,2%), la construction (16,7%), les transports et les communications (13,3) et les activités de fabrication (12,0).

En outre, sur le plan de la formation professionnelle, la main d'œuvre formée est insuffisante. La formation est dispensée dans un certain nombre d'entités qui développent des programmes spécifiques sans tenir compte des règles de l'Institut National de Formation Professionnelle – INFP. Cette structure a comme mandat : la conception et l'élaboration des programmes de formation sur mesure; l'élaboration et la préparation de matériel didactique et de formation du module pédagogique; la certification et la légalisation des compétences, la surveillance et l'accréditation des centres de formation professionnelle. Parallèlement au réseau formel de formation, un réseau informel fonctionne à travers le système d'apprenti et alimente le marché.

4.6 Capital social

La notion de « capital social »¹⁴ au sens sociologique du terme nous permet de prendre en compte les ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe constitué d'agents unis par des liaisons permanentes et utiles. Le volume du capital social d'un agent particulier dépend donc de l'étendu du réseau des liaisons qu'il peut effectivement mobiliser et du volume du capital (économique culturel ou symbolique) possédé en propre par chacun auquel il est lié. Les profits que procure l'appartenance à un groupe sont au fondement de la solidarité qui les rend possible.

Vue sous cet angle, l'existence d'un réseau de liaison est le produit du travail d'instauration et d'entretien qui est nécessaire pour produire et reproduire des liaisons durables et utiles, propres à procurer des profits matériels ou symboliques. Autrement dit, le réseautage est le produit des stratégies d'investissement social consciemment ou inconsciemment orientées vers l'institution ou la reproduction de relations sociales directement utilisables, à court et à

¹⁴ Bourdieu Pierre. Le capital social. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 31, janvier 1980. Le capital social. pp. 2-3. url :/web/revues/home/prescript/article/ars_0335-5322_1980_num_31_1_2069. Consulté le 12 août 2015

long terme, impliquant des obligations durables subjectivement ressenties (sentiment de reconnaissance, de respect, d'amitié, etc.) ou institutionnellement garanties (droits). Putnam¹⁵ définit le capital social comme étant « les aspects de la vie collective qui rendent la communauté plus productive, soit par la participation, la confiance et la réciprocité » (2000 : 14).

L'augmentation du capital social¹⁶ peut permettre de combattre la pauvreté, d'améliorer leur bien-être individuel, familial et collectif des femmes, de contribuer au développement de leur pouvoir d'agir¹⁷. Faiblement nanti en capital physique, économique et humain, en l'absence d'assistance sociale de l'État, la satisfaction des besoins des familles haïtiennes est souvent prise en charge par les femmes. Ces dernières s'impliquent dans diverses associations, construisent des relations interpersonnelles et s'engagent dans des activités sociales et collectives. Ces réseaux sont déjà mobilisés dans les groupes de sol, sabotage, etc. Les femmes entrepreneures haïtiennes gagneraient à renforcer/étendre leur réseau de liaison (informel et institutionnel), à entretenir ces réseaux de relations ce qui leur permettra de les mobiliser au moment opportun, toujours dans une dynamique d'échange. Les réseaux sont d'excellents moyens d'accès à l'information (connaissance des procédures de création d'entreprises, des sources d'assistance, des marchés existants, etc). Or, le réseautage est souvent négligé par les femmes à cause de contraintes familiales ou d'autres contraintes de déplacement et de gestion de temps.

4.7 Capital financier

Le capital financier, constitué de l'ensemble de ressources financières dont disposent les femmes entrepreneures, provient de différentes sources : épargne propre, crédit, subventions, prêts. Les principaux critères pour avoir les crédits sont les mêmes pour les femmes que pour les hommes. Les données montrent que beaucoup plus de femmes que d'hommes se tournent vers les institutions de microfinance et ont accès au crédit. Cependant, le montant moyen des crédits attribués aux femmes est moindre que celui attribué aux hommes. Cette différence au niveau du financement pourrait provenir, entre autres, du fait que les demandes de prêts introduites par les femmes soient dédiées à des activités qui ne nécessitent pas de gros investissements.

Les femmes rencontrées, font affaire soit avec les institutions de microfinance formelles, soit avec les structures informelles de financement ou font appel aux deux formes de structures. Si l'accès au crédit est une préoccupation première, certaines femmes disent éviter de s'endetter auprès des IMF en raison de : l'incertitude du marché, les difficultés pour écouler les produits, les rentrées incertaines d'argent par la vente des produits et les difficultés à arrimer produits de crédit proposés par les IMF à leurs besoins réels. Il reste cependant que les données des institutions de micro-finance montrent que les femmes sont plus nombreuses que les hommes à se tourner, sinon vers les ressources institutionnelles dans leur globalité, du moins vers les institutions de micro finance. Par exemple, en 2014¹⁸, il y avait beaucoup plus de femmes que d'hommes parmi les emprunteurs. De 2010 à 2014, le nombre d'emprunteurs est passé de 20327 à 52481 pour les hommes et dans le même temps pour les femmes, de 66057 à 144706.

¹⁵ PUTNAM, D. Robert (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon Schuster, 544 p. 14.

¹⁶ BANQUE MONDIALE (2000b) *Rôle des femmes dans l'amélioration de la performance économique au Ghana*. (Coll. « Findings-Region Afrique ».) Banque mondiale, Washington D.C. / BANQUE MONDIALE (2000a) *Combattre la pauvreté, Rapport sur le développement dans le monde 2000-2001*. Banque mondiale, Washington D.C., 287 p.

¹⁷ Fatoumata Traoré (2008). *Rôle du capital social dans le bien-être des femmes en Afrique Subsaharienne : le cas de Conakry en Guinée*. Thèse de doctorat, Université Laval, Québec.

¹⁸ Évaluation du secteur de la micro-finance en Haïti en 2014. Phare View, avril 2015.

4.8 Secteurs d'activités, types de projets et d'entreprises

Globalement, 75% des entreprises recensées par le MCI travaillent dans les secteurs d'achat et de vente. Elles sont 2% à travailler dans la transformation de matières premières, et 1,4% dans le tourisme. Les autres secteurs identifiés représentent chacun moins de 2% (Artisanat utilitaire : 1,4%, fabrication de produits par exploitation de ressources : 0,8%). Le tableau suivant donne la répartition par secteur d'activités et par sexe. Les femmes sont particulièrement dans l'achat et la vente de produits¹⁹ (67%), le tourisme (63%), la fabrication de produits par exploitation de ressources (36%), l'artisanat utilitaire²⁰ (33,5%), la transformation de matière première (30,8%).

Tableau 6- Secteurs d'activités selon le sexe

Secteurs d'activités	Femmes	Hommes
Achat et vente de produits	67%	29%
Artisanat utilitaire	33,5%	57%
Assemblage et sous-traitance	11,4%	74%
Constructions/matériaux de construction	11,9%	78%
Fabrication produits par exploitation ressources	36%	55%
Tourisme	63%	27%
Transformation de matières premières	30,8%	63%
Autres	29,9%	57%

Source : IHSI EEEI Enquête emploi 2007

En matière de type d'entreprise, le statut individuel ou personnel est le statut juridique prédominant. En effet, la tendance est forte chez les entrepreneur-e-s haïtien à faire cavalier seul : 91,8% d'entreprises privées, proportion généralement située entre celle du département de l'Ouest (83%) et celle de la Grande Anse (97,7%). Les grandes corporations qui pourraient impulser le développement par secteur n'existe pas.

Les entrepreneur-e-s sont très réticents et méfiants à l'idée de s'engager dans des partenariats qui permettraient de développer ou d'accroître leurs entreprises. Les raisons invoquées sont : le manque de confiance, la méconnaissance des partenaires potentiels, le manque d'intérêt à se lancer dans cette démarche. Des entrepreneur-e-s seraient toutefois intéressés à développer des partenariats avec des gens qui ne sont pas de leur famille, particulièrement, avec des partenaires qui peuvent apporter à la fois appui technique et financier. Par conséquent, la possibilité de voir le statut de certaines entreprises évoluer ou changer pour répondre à certaines exigences contextuelles n'est pas à écarter.

En ce qui a trait au nombre d'entreprises, le département de l'Ouest abrite 32% des entreprises recensées. Viennent ensuite dans l'ordre décroissant : les départements du Nord et du Sud qui compte chacun pour 15% du total, l'Artibonite (11%), le Nord' Est (8%) et le Centre (7%). Les autres départements comptent chacun pour moins de 5%. En ce qui concerne la répartition des entreprises selon les départements d'intervention du programme, l'Ouest arrive en 1^{ère} position avec 31,68% des entreprises, le Sud avec 14,91%, l'Artibonite avec 10,45% et la Grande Anse avec seulement 4,39%. (*Tableau – 7*).

¹⁹ Dans le commerce de détail (quincaillerie, alimentation, « père »- vente de vêtements usagés.); dans l'agro transformation : confitures, liqueurs (fruits, cacao, café...), transformation en farine (patate, « véritab », manioc, farine de maïs, A k-100, A k-1000).

²⁰ Au niveau de l'artisanat décoratif et utilitaire les femmes travaillent dans la maroquinerie, la broderie, l'applique, la peinture, le papier mâché, le sisal, la pierre, le métal découpé, les cornes de bœufs, etc..

Tableau 7 : Les entreprises selon le type et les départements

Département	Entreprises selon le type				Entreprises selon les départements ²¹	
	Public	Privé	Mixte	Autre	Nombre	%
Artibonite	7,3	92,2	0,4	0,1	6964	10,45
Centre	1,4	97,7	0,4	0,4	4747	7,12
Grande Anse	1,2	97,7	0,5	0,6	2927	4,39
Nippes	4,8	94,1	0,4	0,8	1399	2,10
Nord	2,0	96,9	0,2	0,9	10076	15,12
Nord-Est	3,0	95,9	0,3	0,9	5048	7,57
Nord-Ouest	3,7	95,7	0,4	0,2	1773	2,66
Ouest	15,3	83	0,4	1,3	21115	31,68
Sud	2,4	96,1	0,4	1,1	9936	14,91
Sud-est	1,9	96,5	0,9	0,7	2658	3,99
Total	6,9	91,8	0,4	0,9	66643	100,00

Source : Recensement des entreprises-(MCI), Déc. 2014

4.9 Les facteurs de développement de l'entrepreneuriat

En Haïti ou ailleurs, la création et le développement d'entreprises performantes, autant par les femmes que par les hommes, est le résultat d'un ensemble conjugué de facteurs²² : culture (attitude par rapport à l'entreprise), infrastructure (matérielle, immatérielle..), économie (opportunités, croissance intérieure ou extérieure, fiscalité, frais d'installation), social (reproduction sociale pyramide des âges), règlements (barrières réglementaires, démarches administratives, droit de propriété, règles constitution entreprises), information (accès à l'information sur les marchés, les partenaires, les réglementations, les technologies...), financement (accès, garanties, financeurs), technologie (accès aux entreprises, aux centres de formation et de recherche), formation et ressources humaines (connaissance des NTI/formation en entrepreneuriat), structure du marché (réseaux existants, flexibilité, incitation, subvention), individuel (personnalité, motivation, expérience et compétence). Des particularités s'observent en fonction des contextes. La combinaison de ces facteurs donne des réalités contextuelles différentes d'un endroit à un autre. Certaines des contraintes du contexte entrepreneurial d'Haïti ou des limites au développement de l'entrepreneuriat sont dégagées dans le recensement du MCI.

- ✓ Les entrepreneurs haïtiens sont majoritairement tournés vers le tertiaire avec environ 8 sur 10 (81.6%) d'entre eux orientés vers "l'achat et la vente de biens/services";
- ✓ Seulement 1.2% des entreprises disposeraient d'un exercice comptable; la grande majorité fonctionnant sans enregistrement des faits économiques concourant à l'élaboration de leur comptabilité;
- ✓ Le crédit est modérément utilisé (≈ 25.0%) par les entreprises du territoire;
- ✓ Le partenariat avec l'étranger serait accueilli par une part globale de 38.5%;
- ✓ Le partenariat est souhaité avec les particuliers (2.5%), l'ensemble ONG, Organisations internationales et Associations fonctionnant sur le territoire (5.3%); puis 12.8% avec d'autres types non spécifiés;

²¹ Les données n'ont pas été désagrégées selon le sexe.

²²Abdallah MOHAMED BOURHAN – Les facteurs influençant l'entrepreneur. http://abdallah.over-blog.com/pages/Les_facteurs_influençant_l'entrepreneur-1749435.html

- ✓ L'absence d'intérêt (23.10%), puis la méconnaissance des partenaires (5.2%), suivie du manque de confiance (1.5%) et enfin des motifs non spécifiés (0.5%) sont les causes plaidant contre un partenariat avec l'étranger;
- ✓ Une majorité d'entrepreneurs (75.1%) souhaite un appui de l'État haïtien :
 - Les femmes souhaitent l'appui de l'État presque au même titre que les hommes (75.8% et 76.6% respectivement);
 - L'appui souhaité de l'État doit prendre une allure surtout financière (12.4%) face à 87.0% des interviewées sans réponse à la question; puis, un refus de l'aide de l'État exprimé par des modalités telles que "pas besoin", "non confiance", "indécis" et "autre" l'ensemble cumulant moins de 1% et 99.1% de non réponse.
- ✓ Les entrepreneurs manifestent l'intention et/ou l'intérêt d'avoir en leur possession les documents administratifs pouvant les identifier convenablement suivant des proportions faisant:
 - 69.7% pour la Carte d'Identité Professionnelle (CIP) ceci, soit pour être légalement établies (59.6%), soit pour pouvoir bénéficier de certains avantages (2.5%) ou encore pour permettre à l'entreprise de se valoriser (0.8%);
 - 66.8% pour la patente de la DGI ceci, soit pour être en règle avec l'État (53.6%), soit pour des raisons de sécurité/avantage (6.7%).

Plus spécifiquement, en matière d'entrepreneuriat féminin, certaines des principales limites ou contraintes sont : le financement, le réseautage, l'accès à l'information, la connaissance des normes et procédures, la conciliation vie privée et travail, le niveau d'instruction et de formation, l'absence de modèles.

Accès au financement. Plusieurs aspects en matière de finance représentent des limites ou contraintes au développement de l'entrepreneuriat par les femmes. Les principaux sont : l'accès au financement, la constitution du capital de démarrage et de développement (*mode/source de financement : combinaison de fonds propres + autres sources*); les attentes des acteurs et/ou organismes emprunteurs; situation précaire qui conduit à s'intéresser à la création d'entreprise; la qualité du risque de crédit que les femmes représentent et les difficultés particulières rencontrées pour l'obtention des fonds requis; les demandes de garanties exigées par les banques même lorsqu'il s'agit de « petits prêts »; la non maîtrise par les femmes du système financier (produits/condition de prêts); manque de contacts/réseaux pour aider les femmes à accéder aux marchés financiers.

Soutien/appui/réseau formel et informel. Avec l'appui de PTF, certaines femmes entrepreneures ou associations de femmes ont bénéficié dans le passé de certaines formes d'accompagnement. Une fois que prennent fin ces appuis, les organisations reviennent presque à la case départ. Tout se passe comme si en termes de structuration, de pérennisation des acquis, rien n'avait été fait.

Les femmes entrepreneures n'intègrent pas assez les réseaux d'entreprises existants (manque de temps/charge de travail + famille). Elles n'activent pas leurs propres réseaux en réponse à leurs besoins. L'absence des femmes dans des réseaux professionnels ou des réseaux d'affaires les empêche de comprendre et de contrôler l'évolution, les acteurs, les jeux et enjeux du marché.

Les femmes et les organisations de femmes rencontrées sur le terrain semblent ne rien attendre de l'État qui à leurs yeux a failli à sa mission. En plus d'appliquer une politique exclusive et favorable aux plus nantis, cet État chercherait, selon elles, à les exploiter et à les piéger. La méfiance envers l'État, la non-confiance dans ses promesses se traduit selon elles par le jeu du chat et de la souris. Il faut surtout éviter d'avoir affaire avec l'État de dévoiler au grand jour ses activités économiques. Ils sont rares les initiatives d'appui à l'entrepreneuriat féminin et, les stratégies de ciblage des bénéficiaires ne sont pas neutres selon les femmes. Les programmes gouvernementaux sont généralement perçus par ces femmes comme étant

lourds sur le plan administratif. Quand bien même ils existeraient, ils seraient piégeant pour les petits entrepreneurs-es et pas à leur portée coûts (Exemples : taxation, conséquence formalisation, compréhension des normes appliquées). La tendance est plutôt de regarder et /ou d'espérer du côté des partenaires techniques et financiers pour des subventions, des appuis et accompagnements rapprochés.

Accès à l'information/ connaissance des normes et procédures. Il n'y a pas de stratégies et mécanismes de communication qui rejoignent les femmes, en particulier les plus démunies. Alors que le MCI en théorie a pris des mesures pour faciliter la création de nouvelles entreprises et consolider celles déjà existantes, la majorité des femmes entrepreneures rencontrées ne connaissent ni l'existence des Chambres de commerce et de l'industrie, ni les rôles et responsabilités des directions départementales du MCI. Elles ne maîtrisent pas non plus les différentes étapes du processus de création d'entreprises, des avantages et inconvénients à l'enregistrement formel de leurs entreprises. Certaines dirigeantes d'organisations de femmes, dont les membres interviennent dans l'agro-transformation et l'artisanat, mentionnent avoir uniquement été invitées par le ministère du tourisme à participer à des foires régionaux ou nationaux généralement, pour représenter leur départements.

Une seule entrepreneure²³ parmi celles rencontrées a fait référence aux mesures et services mis en place par le MCI en vue d'accompagner les entreprises qui veulent se formaliser. Les entrepreneures qui ont une certaine notoriété dans les grandes villes comme, les Cayes, Gonaïves, Jérémie mentionnent l'existence des Chambres de commerce et de l'industrie, certains liens tissés avec la structure mais, pour mieux spécifier leur distance et réserve lorsqu'elles comparent la mission des Chambres de commerce et de l'industrie et ce qu'elles font réellement. La pertinence de la structure n'est cependant pas remise en question par ces entrepreneures.

En termes de réglementation et formalisation des entreprises, le MCI dans les départements mène une campagne invitant les entreprises évoluant dans l'informalité à se formaliser et à bénéficier au besoin, du support et de l'accompagnement des services du ministère dédiés à cette fin. Selon les directions départementales du MCI, les femmes refusent délibérément de sortir de l'informalité. Cependant, les femmes interrogées ne se sentent pas concernées ou visées par ces mesures ou n'y voient tout simplement pas leurs intérêts. Leur statut pose également un problème pour développer des partenariats avec le MCI. Les associations recensées qui sont dans la production, l'agro-transformation, l'artisanat (...) ont été invitées à se transformer en entreprises individuelles ou collectifs si elles veulent bénéficier de l'appui du ministère. Cette transformation constitue un dilemme pour ces organisations à but non lucratif constitué autour de valeurs autres que celles purement économiques ou pécuniaires.

La conciliation vie privée / entreprise. Le double fardeau des responsabilités familiales et professionnelles empêchent les femmes entrepreneures de prendre leur envol au même titre que les hommes dans le monde de l'entreprise. Des tensions, conflits et dilemmes (implication dans son travail et engagement dans la famille) peuvent survenir notamment lorsque l'entreprise doit se développer. Une grossesse entraîne souvent une baisse de l'activité.

Le niveau d'éducation et de formation. Des recherches ont déjà montré l'impact négatif du faible niveau d'instruction des femmes sur l'entrepreneuriat féminin. Le corolaire du faible niveau d'instruction est le faible niveau de performance des femmes dans la création et la gestion d'entreprises. En effet, les femmes entrepreneures haïtiennes analphabètes, ont du mal à développer certaines des compétences requises par l'entrepreneuriat. Elles n'arrivent pas à profiter pleinement des possibilités offertes par les nouvelles technologies, à être à l'affût des nouvelles tendances. Les femmes entrepreneures ne diversifient pas assez leurs stratégies de développement d'expériences et de qualifications. Globalement, elles ne font

²³ Digicel entrepreneure de l'année.

pas suffisamment appel au coaching, mentorat, tutorat comme des stratégies de développement des capacités et des entreprises.

Manque de modèles à suivre. Dans les faits, les succès, les accomplissements et les apports socio-économiques des femmes entrepreneures ne sont pas mis en évidence, valorisés, partagés et connus par la communauté des femmes entrepreneures. Les femmes entrepreneures ne maximisent pas assez leur potentiel socio-économique et ne perçoivent pas suffisamment les atouts de l'entrepreneuriat. Nombre de celles qui empruntent la voie de l'entrepreneuriat ont opté pour ce choix à défaut de trouver d'autres issues. Aussi, dans leur démarche, l'esprit d'entreprise et la prise de risque sont relégués au second plan. Les femmes rencontrées ne sont pas suffisamment exposées à des modèles de femmes entrepreneures qui réussissent. Elles n'ont pas non plus été en contact à des environnements privilégiant la culture d'entreprise.

A côté des facteurs essentiellement économiques, sur le plan socioculturel, certaines représentations et pratiques entravent également le développement de l'entrepreneuriat féminin. C'est le cas par exemple lorsqu'on considère que : le travail de la femme affaiblit l'autorité du conjoint et diminue son engagement au sein de la famille; certains corps de métiers et de professions ne sont pas faits pour les femmes; certains milieux de travail ne conviennent pas aux femmes; la capacité managériale et l'exercice de l'autorité n'est pas le propre de la femme en raison de son sexe etc.

5.0 ENTREPRENEURIAT FÉMININ ET FINANCEMENT

Dans cette section, nous présenterons un panorama de l'entrepreneuriat féminin en mettant en évidence : (i) les données sur les institutions de microfinance (ii) l'environnement (gouvernemental, partenarial) de développement de l'entrepreneuriat féminin; (iii) le positionnement des femmes dans les diverses filières et plus spécifiquement celles identifiées comme des filières porteuses; (iv) les besoins financiers et non-financiers des femmes entrepreneures.

5.1 Statistiques des IMF selon le genre

5.1.1 Personnel et sociétaires des IMF selon le sexe

Les femmes sont sous-représentées dans les effectifs des IMF. La prédominance du personnel de sexe masculin paraît être une réalité dans tous les types d'institutions. En effet, le pourcentage du personnel de sexe masculin varie de 50 à 75% d'un type d'institution à un autre.

Tableau 8 : nombre d'institutions et d'employé-es

Types d'institutions	Nombre Institutions	TOTAL par année		Nombre d'employés Hommes		Femmes	
		2010-2011	2011-2012	2010-2011	2011-2012	2010-2011	2011-2012
CEC	70	726	697	361	333	365	363
Banques	3	411	688	292	474	119	214
ONG	8	324	235	215	151	109	84
Autres	5	1564	1450	1090	1003	474	447
TOTAL	86	3025	3070	1958	1962	1067	1108
Total en %		100%		64,72%		35,27%	

Source : Recensement du secteur de la microfinance haïtienne. USAID Haïti MSME 2010-2011 au 30/09/2011, 2011-2012 au 30/09/2012

Ces données rejoignent celles de l'évaluation du secteur de la microfinance en 2014. En effet, plus de 2600 employé-e-s ont été dénombrés au sein de 28 établissements de l'enquête. Ce personnel est composé de 67% d'hommes et 33% de femmes peu importe le type d'institutions (CEC, Filiales de banques, autres).

Tableau 9 - Nombre d'employé-e-s selon le type d'institution

Institution	Hommes	Femmes	Total	% femmes
Ensemble	1,777	870	2467	33%
CEC	179	90	269	33%
Filiales banques	523	249	772	32%
Autres	1,075	531	1,606	33%

Source : Évaluation du secteur de la micro finance en Haïti en 2014- PHARE- VIEW 2015)

1/ Une filiale de banque et une CEC n'ont pas fournies de détails sur leur personnel.

Cependant, certaines caisses se démarquent avec un effectif plus élevé de femmes que les autres caisses. Le rapport annuel 2013-2014 de la CAPOSAC à Camp-Perrin indiquait pour le siège à Camp Perrin et le comptoir de Cance 40 employé-e-s : 18 femmes et 22 hommes ; 4 employés de soutien 2 femmes et 2 hommes. Globalement, des données sur l'évolution du sociétariat des IMF selon le sexe font défaut. Comme déjà indiqué dans l'évaluation²⁴ du secteur de la micro-finance en Haïti pour 2014, les données sur le pourcentage de clientes à partir des chiffres sur les emprunteurs indiquent qu'il y a beaucoup plus de femmes que d'hommes parmi les emprunteurs. Cependant, les femmes détiennent des prêts moins importants que les hommes, avec une baisse nominale des prêts imputables aux femmes.

S'il est vrai que la taille moyenne du crédit a baissé globalement au sein des institutions financières, pour les femmes, la baisse est nettement plus importante. La variation de la taille moyenne du crédit entre 2010 et 2014 est de moins de 3797 gourdes pour les femmes tandis que sur la même période pour les hommes on observe une hausse de 1174 gourdes. (Tableau 10).

Globalement, le montant des crédits demandés est fonction du type d'activités. Les femmes semblent se concentrer dans des secteurs d'activités qui ne nécessitent pas des montants élevés. Parallèlement, il y a beaucoup plus de femmes que d'hommes qui se tournent vers les IMF mais pour des montants de crédits plus petits (individuels ou solidaires). A noter que pour les filiales de banques, la taille moyenne des prêts a diminué autant chez les hommes que chez les femmes (tableau 11).

²⁴ Voir point sur le capital financier.

Tableau 10- Évolution du nombre d'emprunteurs selon le sexe et la taille moyenne des prêts de 2010/ 2014 dans l'ensemble des IMF de l'étude

Genre	Année						Variation 2010/2014	
	2010			2014			Nombre emprunteurs	Taille moyenne des prêts
	Nombre emprunteurs	Volume Des prêts	Taille moyenne des prêts	Nombre emprunteurs	Volume des Prêts	Taille moyenne des prêts		
Femmes	66057	1,432,996, 274	43243	144706	2,414,782,618	39446	78649	- 3797
Hommes	20327	1,115,174,921	53853	52841	2,549,400,604	55027	34700	+1174

Source : Évaluation du secteur de la microfinance en Haïti en 2014- PHARE- VIEW 2015

Tableau 11 - Nombre d'emprunteurs et taille moyenne des prêts par type d'institution et par sexe en 2010 et 2014

	Type d'institution	Années	Nombre emprunteurs	Volume des prêts (gourdes courantes)	Taille moyenne des prêts
CEC	Hommes	2010	2,193	89,607,211	39,187
		2014	6,001	286,471,965	41,943
	Femmes	2010	1,470	52,174,255	36,367
		2014	4,108	144,651,946	44,736
Filiales banques	Hommes	2010	10,036	769,935,569	121,314
		2014	31,037	1, 596,933,038	111,563
	Femmes	2010	12,750	621,749,694	103,812
		2014	36,891	1,029,981,993	90,111
Autres	Hommes	2010	8,098	255,632,141	39,924
		2014	15,803	665,995,601	59,470
	Femmes	2010	51,837	759,072,325	13,285
		2014	103,707	1,240,148,679	20,018

Source : Évaluation du secteur de la micro-finance en Haïti en 2014- PHARE- VIEW 2015

La ventilation des emprunteurs par type d'institution montre une part non négligeable de femmes parmi les clientes des institutions bancaires de micro-finance. En effet, suivant les données, les hommes sont beaucoup plus nombreux que les femmes à emprunter auprès des CEC. Sur 29558 emprunteurs, 17199 sont des hommes soit 58% des emprunts. Alors qu'au niveau des banques, sur 17217 emprunteurs, 10464 sont des femmes soit, 60,77% des emprunts. Du côté des ONG, sur 25455 emprunteurs, 92548 sont des femmes soit, 83% des emprunts.

Tableau 12 - Nombre d'emprunteurs : ventilation en fonction du sexe et du type d'institution

	Nombre emprunteurs		Nombre emprunteurs H		Nombre emprunteurs F	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Types d'institution						
CEC	29558	16,10%	17199	36,59%	12359	9,05%
Banque	17217	9,38%	6753	14,37%	10464	7,66%
ONG	25455	13,86%	4231	9,00%	21224	15,54%
Autres	111367	60,66%	18819	40,04%	92548	67,75%
TOTAL	183597	100%	47002	100%	136595	100%

Source : Recensement du secteur de la micro finance haïtienne. USAID Haïti MSME 2010-2011 au 30/09/2011.

Une structure comme la Fédération Le Levier²⁵ présente dans les 10 départements du pays, au 30 juin 2012 dénombrait 71 caisses et points de service. Le nombre d'employés était de 652 et le nombre de membres et clients, de 430 601 (dont 39,5% de femmes clientes). En 2014, 35 des 42 caisses fédérées et fédérables regroupaient 511 080 membres : 201 118 femmes (41,22%) et 286 786 hommes (58,77%) 22 935 personnes morales, 195 groupes de femmes, 534 groupes mixtes.

5.1.2 Ventilation du portefeuille brut selon le sexe et le type d'institution

Autant pour les caisses que pour les banques, le portefeuille brut des hommes est supérieur à celui des femmes. Au 30 septembre 2011 (*Tableau 13*), le portefeuille consolidé de crédit des 86 institutions participant au recensement du secteur de la microfinance s'élève à 4,77 milliards de gourdes dont la plus grande partie (50.06%) va aux femmes. Les unités spécialisées des banques (succursales, satellites et autres) contrôlent 22,82% du portefeuille (contre 36,89% en 2010). Les caisses d'épargne et de crédit en contrôlent 31,12%, les ONG représentent 4.13%, alors que la différence (41.92%) va aux autres types d'IMF (fondations, associations et autres). Au 30 septembre 2012 (*Tableau 14*) la part allant aux hommes (51,94%) dépassait celle allant aux femmes (48,06%).

Tableau 13- Ventilation du portefeuille brut en fonction du sexe et du type d'institution (2010-2011)

	Portefeuille brut	Portefeuille Hommes	Portefeuille femmes
	Montant en %	Montant en %	Montant en %
CEC	31.12%	43,31%	18,97%
Banque	22,82%	26,07%	19,59%
ONG	4,13%	2,28%	5,99%
Autres	41,92%	28,35%	55,46%
Total	100%	49,94%	50,06%

Source : Recensement du secteur de la microfinance haïtienne. USAID Haïti MSME 2010-2011 au 30/09/2011.

²⁵ Rapport annuel Fédération des caisses populaires le Le levier (2013)

Tableau 14 - Ventilation du portefeuille brut en fonction du sexe et du type d'institution (2011-2012)

	Portefeuille brut Montant en %	Portefeuille hommes Montant en %	Portefeuille femmes Montant en %
CEC	29,64%	40,93%	17,43%
Banque	39,48%	43,12%	35,55%
ONG	3,54%	1,83%	5,39%
Autres	27,34%	14,12%	41,63%
Total	100%	51,94%	48,06%

Source : Recensement du secteur de la microfinance haïtienne. USAID Haïti MSME, 2011 -2012 au 30/09/2012

5.1.3 Ventilation du portefeuille brut par secteur d'activités bénéficiaire

La branche d'activité commerce domine le secteur. La proportion du portefeuille de crédit imputable au secteur de la production a connu une hausse dans toutes les catégories d'IMF.

Tableau 15 - Ventilation du Portefeuille brut par activité bénéficiaire (2010 -2011)

Activité	%	
	2010-2011	2011-2012
Production	5,57%	5,63%
Commerce	76,42%	77,32%
Services	6,44%	4,71%
Consommation	5,45%	5,46%
Logement	5,44%	5,43%
Éducation	0,68%	1,44%
TOTAL		

Source : Recensement du secteur de la micro finance haïtienne. USAID Haïti MSME, 2010 -2011 /2011-2012.

Si globalement il y a beaucoup plus de femmes que d'hommes parmi les emprunteurs nous avons les montants des prêts qui leur sont accordés sont en moyenne moins élevés que les ressources allouées aux hommes. Le déséquilibre dans les statistiques des IMF **selon le genre se retrouve également à d'autres niveaux : sous-représentation des femmes** dans les effectifs des IMF. Pour tendre vers l'équité entre les sexes, les institutions de la microfinance doivent doubler leurs efforts de recrutement des femmes en vue de leur intégration parmi le personnel des IMF. Elles doivent également offrir des programmes de formation permettant aux femmes d'accéder aux échelons supérieurs des IMF, investiguer et agir sur les raisons qui expliquent pourquoi la taille moyenne des prêts est en général plus petite pour les femmes que les hommes.

5.1.4 Services offerts par les institutions de microfinance

Le secteur des IMF offre aujourd'hui un menu beaucoup plus diversifié de services financiers et ne se cantonne pas à la captation des ressources pour octroyer des prêts (Rf : matrice produits élaborée par conseiller en Microfinance du PANSEH).

5.2 Femmes entrepreneures et structures informelles de microcrédit

Mis à part les dettes formelles contractées auprès des Institutions de micro finance (IMF), la revue de la littérature sur les femmes entrepreneures en Haïti de même que les entrepreneures rencontrées lors des focus groupes et en entrevues, font état d'une diversité de sources de financement informel suivant leurs situations, le contexte, leurs besoins.

5.2.1 L'endettement : filet de sécurité pour les familles

La forme la plus citée est le « sol ». Regroupant des personnes qui se connaissent ou qui sont référées par d'autres, l'initiative est généralement lancée par une personne

« manman sol » qui invite d'autres personnes à la rejoindre. Un montant de versement régulier est fixé et à tour de rôle (à la quinzaine ou au mois), suivant un ordre préétabli les participantes reçoivent la totalité du montant collecté jusqu'à la fin du cycle. Une personne peut prendre un ou plusieurs « men » ou tours. Les motifs d'intégrer un sol varient d'une femme à l'autre. Une femme qui a un besoin pressant d'argent peut solliciter le 1^{er} tour ou initier le sol; une autre qui veut accumuler un certain montant d'épargne peut choisir le dernier tour; celle qui doit répondre à des exigences prévisibles et périodiques peut choisir son tour en fonction de ses besoins.

Le **sabotage** est une variante du « sol ». Les participants au sabotage sont en général plus nombreux. Les cotisations et la réception de la main sont journalières. Selon les femmes interrogées, cette pratique est de plus en plus courante chez les petits commerçants, les revendeuses sur les trottoirs ou dans les marchés publics. Dans le sabotage, le tour peut être attribué à une personne en fonction de l'urgence de sa situation. Les « sols » et sabotages ont été présentés comme des moyens de rembourser ses propres dettes sans pour autant subir la pression d'un véritable emprunt.

Prêts contractés auprès d'usuriers. L'usure ou « Kout pon-ya » coup de poignard dans le langage haïtien n'est pas une forme de crédit à laquelle les femmes recourent souvent pour leurs activités. Le taux d'intérêt est généralement nettement plus élevé que celui sur le marché formel. Les femmes disent y recourir que dans des cas extrêmes et urgents. L'usurier peut demander un gage mais, dans quel que soit le cas de figure le risque est jugé trop énorme pour les femmes par rapport aux investissements qu'elles font et ce qu'elles en retirent.

Prêts auprès des mutuelles de solidarité. Au sein de certaines associations de femmes, on retrouve des mutuelles de solidarité. Ces structures fonctionnent sur la base du principe de la solidarité collective. Chaque personne apporte une cotisation régulière fixée par le groupe, a un fonds commun destiné à les aider à faire face à certains types de besoins. De l'avis des femmes, ces mutuelles sont une voie de secours en cas de situation grave comme la maladie, les décès. Les mutuelles ne sont pas uniquement des groupes d'entraide, elles jouent également le rôle d'outils de financement populaire. Des prêts sont faits à des membres sans intérêt ou avec un taux d'intérêt très bas.

Prêts sur future récolte. Il arrive également que les « madan Sara », revendeuses qui collectent les produits agricoles sur les marchés ruraux pour les revendre sur les marchés urbains, préfinancent des activités de production agricole à charge pour le producteur de leur accorder la préférence au moment de la vente. C'est également une forme de prêt sur parole, sans intérêt, garanti par la récolte future. Les prix fixés le seront sur la base des prix journalier en vigueur sur le marché, au moment de la livraison des produits.

Prêts sans paiement d'intérêt. Prêt effectué de particulier à particulier, généralement, entre deux personnes qui se connaissent, vivent dans la même zone ou sont de la même famille. Aucun taux d'intérêt n'est appliqué au prêt, c'est un prêt d'argent basé sur la confiance, l'amitié ou les liens familiaux.

Love money. La levée de fonds auprès des membres de la famille, des amis, des collègues « Love Money » est un autre recours pour financer une initiative quand il est difficile d'accéder au financement par les autres voies. Des proches parents ou amis dans la diaspora peuvent faire un don qui répond à la sollicitation d'aider à démarrer par exemple une activité commerciale ou une entreprise.

Prêts auprès des maisons d'affaires en créole « plàn ». Plus courant dans le passé, ces maisons d'affaires acceptent en dépôt contre le versement d'un certain montant d'argent, et sur un très court terme, des produits de valeur ayant un coût supérieur à l'objet mis en **plàn** : bijoux, matériels, équipements. Le risque est énorme de ne pas

pouvoir récupérer dans la période indiquée l'objet en question qui change alors de propriétaire.

L'Agence d'Aide à la Coopération Technique et au Développement (ACTED)²⁶ a réalisé après le tremblement de terre une étude sur la situation économique et l'endettement des ménages haïtiens dans deux zones : Port-au-Prince et Léogane. L'endettement des ménages prend effectivement plusieurs formes : le crédit de particulier à particulier, la dette usuraire, le sol et le sabotage etc. Ces dettes formelles sont à la fois plus accessibles aux couches populaires mais comportent certains risques pour le créancier (pas de sécurité de remboursement, pas de garantie, pas de contrat informel) et pour l'emprunteur (manque d'information, taux d'intérêt plus élevé, conditionnalité forte). Dans l'ensemble, la dette contractée auprès de particuliers (amis ou famille) est la plus commune chez les trois catégories professionnelles (petit commerce, petit métier, service).

Sur Port-au-Prince, les petits marchands ont davantage recours aux crédits auprès des banques (8% des réponses en 2010 par les petits marchands de Port-au-Prince, contre 0% chez les petits marchands de Léogane) et des usuriers (29% des réponses sur Port-au-Prince, contre 16% pour les personnes interrogées à Léogane.) Inversement, les microcrédits accordés par les IMF aux petits commerces sont plus nombreux à Léogane que sur Port-au-Prince. 41% des personnes interrogées ont indiqué avoir contracté un microcrédit au cours de l'année contre 15% des Port-au-Princiens. Même remarque pour les prêts de particulier à particulier, nettement plus fréquents à Léogane.

Les petits marchands semblent davantage bénéficier des microcrédits auprès des IMF et des Sols. Cela peut notamment s'expliquer par une meilleure stabilité des revenus (seulement 16% des petits marchands déclarant percevoir des revenus irréguliers contre 26% des petits métiers). A Léogane, les agriculteurs contractent essentiellement des prêts de particulier à particulier (100% des agriculteurs interrogés indiquent avoir un prêt en cours auprès d'un particulier). Cela marque probablement un manque d'outils financiers à disposition dans les zones rurales.

Les résultats de l'étude de l'ACTED font ressortir, au-delà du type de dette, le niveau d'endettement des ménages, la période d'endettement, l'utilisation du crédit, le taux d'intérêt, la durée des prêts, la garantie et le choix du créancier.

Niveau d'endettement des ménages. 81% des personnes interrogées sur Port-au-Prince indiquent que leur ménage est actuellement endetté. Taux d'endettement des ménages selon les catégories professionnelles (petit commerce, petits métiers, services). La catégorie la plus endettée est celle des fournisseurs de services. A Léogane, la catégorie professionnelle la plus endettée est celle des agriculteurs (99% de réponses positives) suivie par les petits marchands. Toutes catégories confondues, les personnes interrogées ont contracté davantage de dette en 2010 qu'en 2009. Ces chiffres permettent de réaliser l'importance de l'endettement après le séisme pour le refinancement des activités, la scolarisation des enfants, la consommation.

Période d'endettement. Au cours de l'année, les besoins de financement varient. Certaines périodes sont plus propices à l'endettement que d'autres. Les ménages mettent en avant des événements importants qui demandent un afflux important de liquidités. C'est notamment le cas de la rentrée scolaire. A Port-au-Prince, 51% des ménages indiquent ne pas emprunter à date fixe. Cela signifie que la raison de l'endettement révèle une instabilité économique forte des ménages enquêtés. A Léogane, les ménages d'agriculteurs contractent principalement leur dette au moment

²⁶ Les données de l'étude de l'ACTED n'ont pas été désagrégées par sexe. Cependant, les objectifs poursuivis et les résultats éclairent sur les principales difficultés auxquelles sont confrontées les personnes endettées (hommes et femmes), les principales causes de l'endettement.

des récoltes (ex : emploi de travailleurs journaliers et location de matériels) ou des plantations (ex : achat de semence).

Utilisation du crédit. La dette contractée est utilisée de diverses manières par les ménages. Les besoins de la famille sont prioritaires. Ainsi, les frais d'école représentent, avec le maintien du commerce, les principales raisons de l'endettement. Utilisation du crédit sur Port-au-Prince : frais écoles (rentrée), frais écoles (mensuels), achat nourriture, frais de santé, monter un business, loyer de la maison, maintien du commerce, réparation de la maison, funérailles, remboursement d'autres dettes.

A Léogane, l'emprunt est avant tout utilisé pour lancer un commerce (55%) ou son maintien (27%). L'achat de nourriture (26%) et les frais de scolarité sont également deux postes importants (24 et 21%). Plus encore qu'à Port-au-Prince, l'utilisation du crédit pour acheter des denrées alimentaires et subvenir aux besoins de santé est une constante. Cela indique l'importance des prêts à la consommation. L'endettement devient un filet de sécurité.

L'importance du crédit dans le lancement et le maintien du commerce marquent les difficultés de maintien de l'entreprise. Ceci peut témoigner d'une mauvaise gestion ou d'un manque de débouchés pour les produits vendus. Les petits métiers utilisent davantage leur crédit pour satisfaire des besoins de base (exemple : éducation, nourriture) tandis que les petits marchands utilisent cette manne financière pour investir dans une activité économique.

Taux d'intérêt et durée des prêts. A Port-au-Prince, taux d'intérêt mensuel moyen Usurier 13.6% ; IMF 3.9% tandis qu'à Léogane, le taux d'intérêt mensuel moyen Usurier : 19.7% ; IMF : 4.1%. La durée des prêts varie selon le type de créancier. Banques mises à part, les IMF sont les créanciers qui accordent les crédits les plus longs (en moyenne plus de 5 mois à Port-au-Prince, 8 mois à Léogane) tandis que les emprunts auprès des institutions de « Sabotage » et des particuliers sont les plus courts (respectivement 1.8 et 2.4 mois à Port-au-Prince, 3,3 mois à Léogane).

Garantie. Les garanties changent selon les types d'institutions de crédit. Pour les IMF, la signature de l'avaliseur (demandée dans 51% des cas) et l'épargne obligatoire (17%) représentent les deux principales garanties. Chez un usurier, les garanties varient. Deux prérequis sont souvent demandés : la carte d'identité et la possession d'une micro-entreprise. Parfois, une évaluation des biens possédés par l'emprunteur est demandée. Cependant 60% des personnes ayant contracté une dette de ce type n'ont pas eu de garantie à déposer. La relation de confiance ou d'amitié entre l'emprunteur et le créancier est la garantie la plus souvent citée. Dans les maisons d'affaires, la garantie unique est le dépôt d'objets personnels (100% des cas). Pour les Sòl, aucune garantie n'est demandée, il en est de même pour les « sabotages » et chez les particuliers.

Choix du créancier. La moitié des personnes interrogées explique que la principale raison les ayant poussées à contracter une dette auprès d'un créancier est l'absence de taux d'intérêt. Cette réponse est particulièrement forte chez les personnes ayant contracté une dette auprès de particulier ou un Sol. Le recours au particulier est aussi expliqué par les habitudes prises entre les deux contractants et également parce que l'emprunteur n'a pas d'autres options. Le Sol est une technique plus utilisée chez les femmes que chez les hommes. Inversement, le prêt de particulier à particulier est davantage utilisé par les hommes. La raison qui pousse les emprunteurs vers les institutions de microcrédit tient dans leur taux d'intérêts bas. Cependant, ils considèrent que les exigences imposées par les IMF en termes d'identification et de garantie sont lourdes. Les sanctions peuvent également être graves (pénalités financières en cas de retard sur le remboursement) tandis que chez l'usurier, le paiement peut être plus facilement différé au lendemain.

Dans le cadre de l'étude de l'ACTED sur Port-au-Prince et Léogane, les raisons poussant les emprunteurs vers certains créanciers se présentent comme suit :

- ✓ Les banques : moins risquées, plus faciles ; (plus formelle/ pas d'autres options);
- ✓ Les IMF : Taux d'intérêt préférentiel, moins risqué, plus formel;
- ✓ Les usuriers : Par habitude, pas d'autres options, proximité.

Somme toute, en dehors d'un système de protection sociale, l'endettement comme développé est vu comme un filet de sécurité pour les familles les plus pauvres. Les difficultés financières des femmes les poussent à s'endetter et même à se sur-endetter. Le crédit est souvent utilisé comme un substitut de revenus pour financer des dépenses courantes telles alimentation, paiement scolarité, remboursement de crédit. De cette section sur l'entrepreneuriat féminin et le financement, nous retenons sans être exhaustive:

- ✓ Qu'il y a davantage de femmes que d'hommes qui sollicitent les services de microfinance pour les besoins d'épargne et de demande de crédit;
- ✓ Que les banques commerciales de type traditionnel tendent de plus en plus à mettre en place des services de micro financement en vue de gagner leur part du marché en ce qui a trait à la croissance d'une demande plutôt féminine d'accès au crédit pour le développement d'entreprises;
- ✓ Que l'activité économique et financière est enchâssée, malgré la prégnance de l'informel, dans des normes ;
- ✓ Que le gouvernement, les partenaires techniques et financiers et d'autres organisations de types fondations, ONG, développent de plus en plus une sensibilité à l'égard du développement de l'entrepreneuriat féminin;
- ✓ Que l'entrepreneuriat féminin dans les diverses filières identifiées tend à inciter davantage d'activités et d'opérations de transformation que de créativité;
- ✓ Que les produits financiers et leurs modalités ne répondent pas suffisamment aux besoins des femmes entrepreneures qui s'attendent à des mesures de souplesse et d'accompagnement en matière de gestion financière.

La forte présence des femmes dans le secteur informel avec des besoins non comblés a été une pierre de lance dans l'expansion rapide de la microfinance en Haïti. Ces structures de proximité s'étaient données comme mandat de délivrer des services financiers à une population en quête de services financiers. La structuration des IMF avec l'aide des partenaires techniques et financiers a été grandement profitable aux femmes, qui sont devenues avec le temps des clientes plus assidues de ces IMF. Elles restent une source privilégiée de financement des activités des femmes.

5.3 Contexte environnemental de l'entrepreneuriat en Haïti

L'étude diagnostique²⁷ sur l'intégration du commerce réalisée par la Banque Mondiale (BM) en 2013 décline des aspects où un ensemble d'actions prioritaires est à développer pour un commerce plus inclusif qui dynamise la croissance et contribue à la réduction de la pauvreté : le climat des Investissements; le cadre juridique des affaires; la régulation du secteur informel; la présence d'une main d'œuvre qualifiées; l'accès au crédit; des facilités commerciales; des infrastructures et structures qui facilitent, entre autres, les échanges et l'activité commerciale; l'existence de zones franches, de parcs industriels ou de zones économiques intégrées, etc.

Pour rendre le contexte plus favorable au développement de l'entrepreneuriat le gouvernement s'est engagé dans des réformes institutionnelles et juridiques. Les objectifs

²⁷ Renforcer la compétitivité et promouvoir la diversification En Haïti - Étude diagnostique sur l'intégration du commerce. Banque mondiale (2013).

visés à moyen terme et long terme sont de diminuer le fardeau lié à la création et au développement des entreprises, d'améliorer l'économie du pays et la qualité de vie des personnes en créant un environnement des affaires meilleur et plus efficace. Ces objectifs sont déclinés dans les stratégies et priorités gouvernementales et dans les plans d'un certain nombre de ministères et entités concernées.

5.3.1 Stratégies et priorités gouvernementales

Le plan stratégique de la Reconstruction d'Haïti (PSDH) présente la vision à long terme du gouvernement pour faire du pays une nation émergente en 2030). L'approche de développement choisie découle d'une vision sociale qui s'appuie sur l'option préférentielle pour les plus vulnérables, dont les femmes. Dans l'axe refondation sociale, la stratégie pour assurer l'égalité de genre est définie. Elle comprend : la mise en œuvre d'une politique d'égalité des sexes, la poursuite de l'ajustement du cadre légal, la production et la diffusion d'information sur l'égalité de genre. La politique EFH a déjà été élaborée, approuvée et est en cours de vulgarisation. Cette politique s'appuie sur un plan d'action²⁸ compilant cent trente-neuf (139) mesures et dix-huit (18) objectifs, rattachés à six (6) orientations dont une qui concerne l'égalité économique et un accès équitable à l'emploi entre les femmes et les hommes.

Dans la même veine, un plan d'action gouvernementale de lutte contre la pauvreté (PAR) a été défini et l'un des quatre axes stratégiques est de promouvoir l'insertion économique. Dans cet axe, un sous-objectif était d'augmenter les capacités de production du secteur agricole. Les ménages extrêmement vulnérables dont le chef de famille a une activité agricole seraient ciblés. Le programme visait à appuyer les agriculteurs en mettant à leur disposition des kits de semences, kits de pêche, cabris, engrais, outils pour qu'ils aient les moyens de cultiver leurs terres. Pour le sous-objectif « augmenter l'inclusion des plus vulnérables dans les secteurs bancaires », les ménages dont le chef de famille est une femme avec une activité productive et /ou commerciale sont ciblés dans l'objectif de leur faciliter l'accès au crédit. Le projet vise à formaliser les petites entreprises des bénéficiaires et à leur donner un moyen de sécuriser une activité génératrice de revenu.

A côté des structures et entités existantes, trois bureaux ont été créés depuis 2012 pour renforcer les politiques publiques contre la Pauvreté extrême : le Bureau de la ministre déléguée chargée des Droits Humains et de la Lutte contre la Pauvreté extrême, le Bureau de la Promotion de la Paysannerie et le Bureau de la Sécurité Énergétique²⁹. Le ciblage géographique, le registre unique de bénéficiaires, un réseau d'agents de coordination communale font partie des éléments de la stratégie arrêtée.

5.3.2 Principaux ministères et entités concernés

Le Ministère à la Condition Féminine et aux Droits des femmes (MCFDF), est l'entité étatique chargée plus spécifiquement de définir et de faire appliquer les politiques et programmes du gouvernement en matière de la condition féminine et des droits des femmes en Haïti et d'en assurer la coordination et l'harmonisation au niveau des différentes interventions prévues. Sur le plan stratégique, des mesures ont été énoncées, au niveau politique, économique, financier et institutionnel qui pourraient impulser l'entrepreneuriat féminin.

Sur le plan opérationnel, les mesures relatives aux orientations définies dans la politique gouvernementale en matière d'EFH sont de la responsabilité des différentes entités de l'État qui doivent les mettre en œuvre en partenariat avec d'autres acteurs. Dans la perspective d'intégration du genre dans les politiques et les programmes sectoriels, le

²⁸ Ministère à la Condition féminine et aux droits des femmes (MCFDF) (2014). Plan d'action national d'égalité Femmes Hommes (2014-2020).

²⁹ Ces structures temporaires ont sauté à la faveur de certains remaniements ministériels.

renforcement de capacité des points focaux genre au sein des ministères sur la budgétisation sensible au genre. L'analyse comparative entre les sexes par les institutions productrices de statistiques officielles est l'une des premières actions que le MCFDF tente d'implémenter ces dernières années.

De par leur mandat et domaine spécifique, les principaux ministères sectoriels impliqués dans l'entrepreneuriat féminin sont d'abord, le Ministère à la Condition féminine et aux Droits des femmes (MCFDF) qui assure la coordination transversale. Ensuite, les autres entités de l'État principalement concernées sont les Ministères de l'Agriculture et des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR), du Commerce et Industrie (MCI), de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle (MENFP), de la Jeunesse du Sport et de l'Action Civique (MJSAC) du Tourisme (MT) et du Ministère de la Culture (MC); l'Institut National de Formation Professionnelle (INFP) (*Référence - annexe 5 : Programmation et actions des Ministères*).

Cependant, il n'y a pas actuellement de programmes de développement de l'entrepreneuriat féminin ou d'initiatives spécifiques pour accompagner les femmes entrepreneures mis en œuvre et ou commandités par l'État. Le tableau suivant présente une synthèse, par objectif, des acteurs qui sont impliqués dans la mise en œuvre des mesures de l'orientation 5 du plan stratégique « Pour une égalité économique et un accès équitable à l'emploi entre les femmes et les hommes ». Un tableau synthèse des actions et programmation de ces ministères qui peuvent agir sur l'entrepreneuriat féminin est également présenté en annexe. (*Référence - Annexe 6 : Politique EFH Haïti et autonomisation économique des femmes*).

Tableau 16 – Politique EFH : Objectifs et entités impliquées

Objectifs	Entités impliquées
Favoriser l'autonomisation économique des femmes	MJSP, ONA, OFATMA, OMRH, Primature, MC, MCI, MT, INFP, ME, MAST, MENFP, MARNDR, MTPTC.
Renforcer les capacités des femmes à pénétrer les filières porteuses de l'économie	Entités responsables et/ou impliquées : MENFP, INFP, MTPTC, MCI, MJSAC, MPCE,MEF, MAST. Les organes sous tutelle tes que : aan, Bme, conateL, dinePa, edH, Fer, LnBtP, oFnac, onaca, semanaH)
Appuyer le développement de l'entrepreneuriat féminin	Entités responsable et/ou impliquée (MCFDF, MCI, MCOM, MEF, MT, MAST, MC, MARNDR, PRIMATURE).

L'objectif de faire progresser l'EFH implique pour le MCFDF de collaborer avec l'ensemble des acteurs, principalement les ministères sectoriels pour s'assurer que les perspectives de l'égalité entre les sexes sont prises en compte lors de l'élaboration des politiques et des programmes, en menant les analyses comparatives entre les sexes et les recherches à l'appui. Dans son plan d'action, le Ministère mise sur l'établissement d'un système de gouvernance solide et viable axé sur l'efficacité et la responsabilité, une appropriation de la vision par l'ensemble des acteurs (Ministères, partenaires nationaux et internationaux, organisations de la société civile, structure de production d'information et de recherche..).

Chaque ministère a ainsi la responsabilité d'intégrer l'EFH, d'avoir des résultats axés sur l'EFH et un budget sensible à l'EFH. Les ministères devraient en principe se rapporter en ce qui concerne l'EFH au MCFDF en référence aux indicateurs spécifiques prédéfinis. Les mécanismes de responsabilisation devraient de ce fait être renforcés. Il en est de même des mécanismes de coordination comme la « Table thématique genre (TTG) » sous le leadership du MCFDF. Ce mécanisme d'échange et de dialogue devrait permettre d'harmoniser les actions des intervenants et de maximiser les ressources disponibles en vue de l'atteinte de résultats en matière d'EFH et d'autonomisation des femmes. Un des

principaux objectifs de la TTG est de contribuer à l'alignement des interventions des agences de coopération internationale sur les priorités de la PSDH et à l'harmonisation des approches visant l'EFH. Le sous-groupe de travail « croissance économique » devrait concourir à l'atteinte des résultats.

5.3.3 Principaux programmes et interventions de soutien des PTF

Les interventions des partenaires techniques portent, entre autres, sur le soutien et le développement des MPME : information, formations, appui conseil, financement, structuration du secteur, normalisation des entreprises, etc. Les principaux mécanismes sont :

- 1- Des programmes et projets de bailleurs de fonds qui soutiennent le secteur (Exemple SYFAAH, HIFIVE ou dans le passé Haïti MSMe, FINNET, PRÊT, PRIMA). *Annexe 7 - Principaux intervenants nationaux et régionaux et offre de services.*
- 2- Des produits et services offerts par les organes de coordination et de structuration du secteur coopératif et du secteur non coopératif. *Reference - annexe 8 : Structuration secteur coopératif et non coopératif.*
- 3- Des produits et services offerts par les Institution de microfinance. (*Annexe 9 : Produits et services offerts par les banques et les IMF.*)
- 4- Des structures ou initiatives locales qui participent également à la dynamisation de l'entrepreneuriat féminin. (*Référence - Annexe 10 : Structures locales d'appui aux entrepreneur-e-s.*)

5.4 Impact de la modernisation des IMF sur les femmes entrepreneures

Les femmes ont été longtemps désavantagées en matière d'accès au crédit et autres services financiers. Les banques de l'État ou privées faisaient affaire avec les entreprises formelles, pour la plupart détenues par des hommes, délaissant les ménages à faible revenus et les femmes qui étaient plus dans l'économie informelle. Au cours des deux dernières décennies, de nombreuses IMF ont pris naissance, certaines institutions se sont adressées uniquement ou majoritairement à une clientèle féminine (FHAP, Fonkoze..) et ont fait un effort particulier sur l'offre de services dans les milieux ruraux. Le développement des IMF a été bénéfique pour les femmes sur plusieurs points :

- Les IMF, en favorisant l'accès d'un plus grand nombre d'exclus du système bancaire aux services financiers contribuent à l'inclusion sociale. L'adaptation des services financiers aux besoins des ménages à revenus faibles et modestes est une option qui a permis de rejoindre plus de femmes qu'avant. Dans la variété de produits offerts par les IMF tant au niveau du crédit que dans l'épargne, individuellement ou collectivement les femmes ont pu trouver des stratégies pour sortir de leur inactivité.
- En dehors des réseaux sociaux, l'accès des femmes au marché financier était difficile. Les microcrédits ont été un moyen de survie pour certaines femmes qui ont pu ainsi partir et/ou développer de petites entreprises. L'accès à ces services a permis à plus de femmes de s'engager dans des activités économiques qui les conduisent parfois à l'autonomisation économique. Certaines femmes entrepreneures ont pu ainsi développer leurs activités : progresser tant en volume qu'en diversité et augmenter leur chiffre d'affaire. Globalement, les activités d'épargne et les activités économiques des femmes ont augmenté en volume.
- Les produits et services développés démontraient un souci de rejoindre les besoins de la population cible. Le commerce, principale activité des femmes a été une porte d'entrée dès les premiers moments, de même que le développement du crédit solidaire, système adapté aux besoins des femmes à cause de l'absence de garanties financière qui

bloquaient leur accès au crédit. Les femmes qui ont bénéficié de ce produit ont pu très certainement éviter le surendettement.

- Le succès des coopératives, ONG et CEC auprès des populations pauvres a remis en question la crainte des banques à desservir une population rurale et pauvre. Les grandes banques n'ont pas tardé à se tailler leur place dans le panorama des institutions financières, créant à leur tour des départements ou filiales de microfinance qui appuient les entrepreneures. Avec des mesures incitatives, les banques ont ainsi attiré les personnes à revenu moyen et mobiliser leur épargne. Les femmes entrepreneures sont de plus en plus nombreuses à faire appel au crédit des banques.
- Chez certaines femmes, la micro finance a contribué grandement à développer leur capacité d'investissement, à faire des expériences qui augmentent la confiance dans leur propre capacité à entreprendre, à adopter une discipline financière, posture indispensable pour la croissance des entreprises. Elles ont compris les différentes options qui s'offrent à elles, moyennant le respect les clauses, d'obtenir des prêts des IMF pour améliorer leur bien-être et ceux de leurs familles.
- L'accès au crédit et par ricochet à d'autres ressources et espace social ont permis un accroissement des femmes bénéficiaires dans la société. Le renforcement du rôle économique joué par les femmes en plus d'améliorer leur statut au sein de la famille et de la communauté a fait la démonstration du rôle essentiel qu'elles peuvent jouer pour renforcer l'économie nationale si les contraintes qui leur sont propres dans la création et le développement des entreprises sont prises en compte.
- Les services autres que financiers qui conditionnent l'accès au crédit, comme la formation aux compétences commerciales, les programmes d'alphabétisation et ceux visant à préparer les gens vivant dans l'extrême pauvreté à participer au micro-crédit (exemple Fonkoze) permettent aux femmes d'améliorer leurs possibilités de gains tout en développant une culture de l'entreprise.
- Sur le plan non financier, le niveau de sociétariat, et la diversification des domaines d'activités constituent des indicateurs de l'importance des IMF pour les femmes entrepreneures.
- Leur présence dans les structures de gouvernance des caisses leur donne un espace d'implication active dans la définition des montants, la qualification des bénéficiaires, des stratégies de recouvrement.

Parallèlement au développement des IMF, certaines institutions d'encadrement et d'appui technique ont vu le jour, dans le sillon des structures de micro finance, suppléant aux manquements des institutions de micro finance trop absorbées par la réponse aux besoins financiers de leurs membres. Les expériences de terrain, le suivi évaluation de partenaires a permis au KNFP et d'autres acteurs (*Annexe 8 - Structuration secteur coopératif et non coopératif*) de se rendre compte que la formation en salle, le partage d'outils de gestion ne suffisent pas. Il faut un accompagnement sur mesure régulier pendant un certain temps en plus du renforcement des capacités. A travers son « bureau de services et renforcement », KNFP offre un accompagnement sur mesure à des organisations communautaires. Ces organisations sont accompagnées et suivi dans la mise en place par exemple d'un système de gestion, la tenue des cahiers, l'élaboration de rapports.

De nos jours, les IMF se trouvent contraint de développer des stratégies pour s'imposer et rester sur le marché qui tend à devenir de plus en plus concurrentiel. Toutefois tout en se structurant et en se professionnalisant compte tenu des nouvelles réalités, les IMF doivent veiller pour que la loi du marché ne les portent pas à perdre de vue leur caractère humanitaire et les objectifs initiaux à la base de leur création, soit : de fournir un service financier, pouvant comprendre l'épargne, le crédit, l'assurance aux catégories de population exclue des systèmes bancaires, de contribuer au maintien et au développement de plusieurs ménages,

d'aider à l'opérationnalisation et le développement de PME dans différents secteurs d'activités.

La micro finance a contribué grandement à développer chez certaines catégories de la population les capacités d'investissement. Elle leur a permis de faire des expériences qui augmentent la confiance dans leur propre capacité à entreprendre, d'adopter une discipline financière posture indispensable pour la croissance des entreprises. Beaucoup de femmes commencent à voir dans les IMF, des alliés qui leur permettront d'améliorer leur bien-être et ceux de leurs familles, d'augmenter leur revenu, d'offrir des opportunités d'emplois, d'accéder à des services et des biens collectifs comme la santé, l'éducation.

6.0 FEMMES DANS LES FILIERES

6.1 Processus d'identification et de classement des filières par le MCI

Le développement des produits locaux est considéré dans la politique nationale comme une alternative prometteuse pour un développement local axée sur la création d'emploi durable dans les communautés. Le MCI appuyé par le PNUD a réalisé un travail d'identification et de systématisation des produits typiques en Haïti, classés suivant trois catégories : le patrimoine Naturel et Culturel, l'agriculture locale, la petite industrie et artisanat. Plusieurs objectifs étaient visés à travers ce processus³⁰ :

- ✓ Identification des produits locaux typiques pour chaque département;
- ✓ Conceptualisation d'une représentation visuelle de l'information (carte des produits locaux);
- ✓ Compilation des informations clés sur chaque produit typique (processus de production; transformation, distribution, financement, (surtout le rôle des MPMEs);
- ✓ Analyse des opportunités pour la création d'emploi et des recommandations pour améliorer la chaîne de valeur.

Le processus pour arriver au choix des produits est le suivant :

- ✓ Identification de tous les produits typiques par groupe de travail hétérogène constitué en fonction des catégories pour constituer une base de données;
- ✓ Sélection d'une liste de 72 produits en se basant sur la perception des communautés et les priorités du Gouvernement dégagées à travers des discussions avec les Ministères sectoriels;
- ✓ Sélection d'une liste restreinte de produits totalisant 60 au total pour tous les départements suivant une analyse multicritères et des pondérations préétablies;
- ✓ Sélection finale d'un nombre total de 31 produits pour les 10 départements géographiques qui constituent la perception des communautés;
- ✓ Sélection d'une liste finale de 30 produits de la catégorie A en incluant les outils, plans et priorités des institutions gouvernementales, à raison de trois produits par département;
- ✓ Réalisation d'une fiche technique par produit en faisant ressortir : le potentiel de production, le potentiel du marché, les défis et les solutions (lignes d'appui).

Tableau 17 - Produits typiques Sud, Ouest, Grande Anse, Artibonite

Département	Patrimoine naturel et culturel	Agriculture et locale	Petite industrie et artisanat	Produits priorités
-------------	--------------------------------	-----------------------	-------------------------------	--------------------

³⁰ Présentation MCI – Produits typiques en Haïti

Artibonite	les trois Lakous, les sites de Petite Rivière de l'Artibonite, Marchand Dessalines	Riz, Mangues francisques, Sel marin, Lalo	Clairin St Michel Meuble en bambou	Circuit : les 3 lakous (souvenance, Badio, Soukri) et sites de Petite Rivière/Marchand Dessalines, riy, mangue francisque
Grand'Anse	Plage Bonbon ou anse d'azur	Café, Arbre véritable, Gingembre, Cacao	Chocolat	Cacao Café Chocolat
Ouest	Cinéma Haïtien	Brocoli, Cerise, Mangue Francisque	Dous Makos, Sucre Darbonne, Fer découpé, Paillettes	Sucre de Darbonne Douce Makos Fer découpé
Sud	Plage gelée	Vetiver	Mangue séchée, Gelée Goyave, Sac à Main en pite Sud'Est	Ile à vache, Vétiver, gelée goyave

6.2 Positionnement des femmes dans les filières non agricoles

Le programme PANSEH compte appuyer jusqu'à trois filières (potentiellement une pour chacun des départements de l'Artibonite, de Grande-Anse et du Sud) pour favoriser la compétitivité des entreprises haïtiennes sur les marchés locaux, nationaux et éventuellement internationaux. Il est à noter que parmi ces trois filières, l'une visera particulièrement les femmes entrepreneures. Il faut noter qu'il n'y a pas à proprement parlé de filières femmes mais des filières où le positionnement actuel des femmes peut leur assurer un potentiel de développement si des mesures accompagnatrices sont prises.

Cette approche d'appui à une filière se caractérise par : sa vision d'ensemble des phénomènes dans leur succession d'un bout à l'autre de la chaîne; l'articulation selon les acteurs et leurs fonctions dans la chaîne; les rapports de pouvoirs entre les acteurs et les stratégies d'actions; les segmentations possibles de la filière; l'approche sociale et économique de la filière. A la lecture des synergies, des effets externes, des relations de coopération et des nœuds stratégiques dégagés par l'approche, le PANSEH pourra définir de manière efficace son appui à l'amélioration et la dynamisation de la filière, au bénéfice des femmes entrepreneures.

Nous nous sommes basées sur les critères définis par le MCI, pour la définition des produits typiques, à savoir : la capacité d'augmenter la production, l'existence de savoir-faire /acteurs opérationnels, l'existence de marché, les potentiels de chaînes de valeur, le potentiel de création d'emploi, le potentiel de diversification des produits dérivés, l'impact environnemental.

Avant d'arriver au potentiel d'impact d'activités de soutien que le PANSEH pourrait encourager, nous avons essayé d'identifier et d'analyser brièvement les principales filières dans lesquelles les femmes jouent un rôle économique important où la représentation féminine est importante dans les départements du Sud, de la Grande Anse, de l'Artibonite et de l'Ouest.

Dans le *tableau 6* sur le sexe et secteur d'activités, les femmes sont par ordre d'importance dans : Achat et vente de produits (67%), le tourisme (63%), la fabrication de produits par exploitation de ressources (36%), l'artisanat utilitaire (33,5%), la transformation de matière première (30,8%), autres (29,9%), constructions et matériaux de construction (11,9%), l'assemblage et la sous-traitance (11,4%). Pour les femmes entrepreneures, le commerce

reste le secteur d'intervention où elles sont majoritaires et où également, leur contribution est essentielle en terme économique.

Les femmes sont également fortement impliquées et jouent un rôle clé dans les activités agricoles. Selon les résultats du Recensement général agricole, dans le département du Sud, les femmes exploitantes représentent soit 15.5% de l'ensemble du département qui s'adonnent principalement à l'agriculture ; dans la Grande Anse, 18.6%, dans l'Artibonite, 23.5%. Pour les activités para-agricoles par département et par ordre d'importance, ce sont :

- ✓ **Pour le Sud** : les femmes exploitantes, au nombre de 14,421, représentent 19.9%, soit 15.5% de l'ensemble du département qui s'adonnent principalement à l'agriculture. Mais, les femmes sont aussi impliquées dans d'autres activités agricoles et para-agricoles sur l'exploitation. Par ordre d'importance, elles sont concernées à **28.6%** dans la transformation des produits agricoles et fruitiers (mangue, avocat, citrus, l'oranger café, raisin, pomme d'acajou, grenadine, grenadia, ananas); à **26.6%** dans le ramassage de djondjon (Champignon) ; à 25.4% dans l'aviculture et l'aquaculture ; à 24.1% dans la production végétale ou cultures vivrières telles: riz, maïs, haricot, mazombelle, banane, (avec une prédominance des bananes plantains) tubercules, arachide, le petit-mil, la patate, le pois congo, le manioc, le taro, la banane, l'igname; à 23% dans l'élevage ; à 21.1% dans les services agricoles et à 18.1% dans la production du charbon³¹. Pour le sud, les interventions futures doivent porter une attention spéciale à ces trois activités : la culture vivrière, la transformation des fruits (arachide)³².
- ✓ **Pour la Grande Anse** : Les femmes exploitantes, au nombre de 12,162, représentent 19.8%, soit 18.6% de l'ensemble du département, s'adonnent principalement à l'agriculture. Les autres activités agricoles et para-agricoles les plus pratiquées par les femmes par ordre d'importance, elles sont concernées à 20.5% dans la production fruitière et les cultures de rentes comme le café et le cacao ; à 20.4% dans l'aviculture; à 19.5% dans l'élevage ; à 19.3% dans le ramassage de djondjon (Champignon) ; à 17.8% dans la transformation des espèces fruitières tels l'arbre véritable, les manguiers, les agrumes, les avocatiers, les cocotiers, la noix de cajou, le goyavier; à 17.4% dans les services agricoles et dans la production du charbon³³. Le secteur d'activité qui présente de grandes potentielles économiques pour les femmes exploitantes c'est la production et la commercialisation de l'igname, le café, le haricot, bananes et plantains, le cacao, l'aviculture et la transformation des fruits³⁴.
- ✓ **Pour l'Artibonite** : Pour Artibonite, les femmes exploitantes, au nombre de 38,455, représentent 26.7%, soit 23.5% de l'ensemble du département qui s'adonnent principalement à l'agriculture. Dans le bas Artibonite, les femmes sont impliquées dans toute la chaîne de la principale culture qu'est le riz. Concernant les autres activités, par ordre d'importance, elles sont concernées à 33.5% dans le ramassage de djondjon (Champignon) ; à 29% dans la production des céréales, tels le riz, le maïs, l'arachide, le piment, les légumineuses comme le haricot, l'aubergine, l'oignon, l'échalote et l'ail. Ensuite, viennent les mangues plus particulièrement la francisque, les agrumes (7%), les avocats ; à 28.5% dans l'aviculture ; à 27.7% dans les services agricoles ; à 26.3 dans l'élevage et l'aquaculture et à 23.3% dans la production du charbon.³⁵

³¹ MARDRecensement général Agricole GA2008- 2009

³² Léane Chéry & Claire Nicole Lebrun (2015). État des lieux EFH (document interne). CCHC/Haïti.

³³ MARNDR : Recensement général agricole, 2008- 2009

³⁴ Léane Chéry & Claire Nicole Lebrun (2015). État des lieux EFH (document interne). CCHC/Haïti.

³⁵ ibid

Les interventions en perspectives doivent mettre l'accent sur la production des céréales, la transformation des fruits et l'arachide, le ramassage de champignon qui est une activité économique qu'on ne doit pas négliger. Au niveau de l'Artibonite, les interventions devraient accorder la priorité à la production, la transformation et la commercialisation de céréales tels le riz, le maïs, la transformation de fruits (arachide, mangue), ramassage de champignon et l'aviculture.

- ✓ **Pour l'Ouest** : 73% des exploitants ont pour activité principale l'agriculture dont 20.5% de femmes (32,432 femmes) ; 10.4% déclarent l'élevage comme activité principale dont 26% de femmes ; 8.2% s'adonnent principalement au commerce dont 73.3% de femmes ; 3.6% déclarent les services comme activité principale dont 16% de femmes. Activités agricoles et para-agricoles des exploitations : 86.3% sont impliquées dans la production végétale (22.5% de femmes) ; 78.5% pratiquent l'élevage de bétail (23.4% de femmes) ; 71.2% s'adonnent à l'aviculture (25.9% de femmes) ; 16.3% sont dans la production du charbon (24.5% de femmes) ; 69.3% des exploitants qui utilisent la production principalement pour l'autoconsommation, sont des hommes, par contre 30.5% sont des femmes.

Le plan stratégique du MCI pour la période 2013-2016 présente les cinq filières prioritaires: Le tourisme, le logement et la construction, l'agro-industrie, le textile et l'habillement, l'industrie créative. Tenant compte de ces filières prioritaires, le diagnostic était d'identifier dans les départements où le PANSEH intervient, les filières susceptibles d'être appuyées, de connaître le potentiel et les contraintes de développement de ces filières et le potentiel d'impact d'activités de soutien que le PANSEH pourrait encourager.

Les critères pour le choix des filières porteuses sont pour le MCI : la capacité d'augmenter la production, l'existence de savoir-faire /acteurs opérationnels, l'existence de marché, les potentiels de chaînes de valeur, le potentiel de création d'emplois, le potentiel de diversification des produits dérivés. D'autres critères qui peuvent être également pris en compte : potentialité d'innovation ou d'adaptation des produits par rapport à la tendance actuelle, potentiel de demande du produit sur le marché national et/ou international, capacité d'aboutir au réseautage, au regroupement des acteurs dans la filière et ou filières de regroupement d'entreprises, d'associations ou d'acteurs par affinité, opportunités actuelles du secteur/ Marge et prix, valeur ajoutée et marge prélevée par les différents acteurs de la filière, contraintes liées à la filière, perspectives offertes par les marchés et débouchés potentiels, gains de productivité réalisables, nombre de producteurs bénéficiaires (etc.).

Le tableau synthèse sur les filières (*annexe 11*) ne se veut pas exhaustif. Il présente brièvement le positionnement des femmes dans les filières considérées, les atouts et potentiels de production/marché, la valeur ajoutée apportée par les femmes dans ces filières, les contraintes communs et spécifiques aux femmes entrepreneures et des propositions d'actions. La priorisation et la recommandation de filières que le PANSEH pourrait soutenir par département seront établies par la suite (Voir : rapport consultant en filière) en tenant compte d'un part des filières porteuses pour le MCI et d'un certain nombre d'autres critères.

Il n'y a pas à proprement parlé de filières femmes mais des filières où le positionnement actuel des femmes peut leur assurer un potentiel de développement si des mesures accompagnatrices sont prises. En laissant de côté les filières strictement agricoles, les filières et activités dans lesquelles les femmes sont plus présentes et où elles ont des avantages comparatifs (savoir-faire, facilité d'accès) restent par ordre d'importance:

- ✓ La filière commerce (*mise de côté*);
- ✓ La filière agroalimentaire artisanale qui comprend plusieurs domaines d'activités :

- a. transformation de céréales locales;
 - b. transformation de fruits et légumes;
 - c. poissons séchés;
 - d. Transformation du cacao;
 - e. Transformation de la canne à sucre (ex : rapadou).
- ✓ La filière salicole;
 - ✓ La filière artisanat d'art (fabrication d'articles en papier, métal, bois, pierre, etc);
 - ✓ La filière Textile, habillement (confection et couture, broderie, fabrication d'articles divers en tissu, cordonnerie, maroquinerie, tannage, etc.);
 - ✓ Tourisme.

D'autres filières, telles que charbon de bois, textile/vêtement, récupération/recyclage ont été examinées dans le cadre du diagnostic des filières, étape précédent le choix des filières pour le programme. (Référence : rapport consultant en filière).

6.3 Besoins financiers et non financiers des femmes entrepreneures

Avant de faire la synthèse des besoins financiers et non financiers des femmes entrepreneures, nous présentons des données du terrain et de la revue de la littérature sur Haïti qui éclairent sur la formulation de ces besoins :

- ✓ L'accès aux services financiers formels est limité pour un grand nombre d'entreprises détenues par des femmes en raison de leur caractère non formel et informel. Toutefois, rester dans l'informel et échapper aux cotisations sociales et au fisc est un choix calculé, de l'avis de certaines entrepreneures (très petite entreprise), tenant compte d'une part, du coût et du défi que représente la formalisation des entreprises et d'autre part, ce que cette formalisation peut leur apporter (charge fiscale et réglementaire trop lourde pour les portefeuilles de la très petite entreprise).
- ✓ Il y a un intérêt croissant des femmes à la création de leurs entreprises lorsqu'on considère le nombre d'entreprises qui fonctionnent dans l'informel et le nombre de femmes qui souhaiteraient s'installer à leur propre compte. Il reste donc un marché et des niches à conquérir par les IMF au-delà du micro commerce. Il revient aux IMF par rapport à la demande, de se pencher sur l'inclusion des autres filières de prédilection des femmes dans les produits offerts tout en évaluant les risques inhérents à ces filières.
- ✓ Le commerce reste le secteur de concentration des entrepreneures. Cependant, dans les autres secteurs ou filières, elles sont présentes dans la chaîne mais, à des positions différentes de celles des hommes ce qui entraîne des besoins de financement différents. La représentativité des femmes. De ce fait, par rapport aux offres de produits des institutions financières, les femmes entrepreneures se font parfois octroyer des crédits qui ne seront pas utilisés aux fins avancées mais pour répondre à d'autres besoins liés à leurs activités.
- ✓ Des femmes entrepreneures ont du mal à accéder à des crédits substantiels faute de pouvoir remplir les critères d'obtention de ces crédits (mobilisation des garanties exigées/absence de garantie). Face à la difficulté pour certaines catégories de femmes de mobiliser la garantie financière nécessaire à la soumission de demande de prêts - le crédit solidaire reste une alternative mais les femmes ont tendance à stagner à ce niveau. Les gradations vers les crédits individuels lentes.

- ✓ Les demandes de crédit formulées par les femmes se traduisent par des montants de crédit inférieur à ceux des hommes compte tenu, semble-t-il, des objectifs poursuivis et surtout de l'utilisation différente projetée de ces crédits par les femmes. Globalement, le volume des prêts attribués aux hommes est nettement supérieur à celui des femmes. En effet, la taille des entreprises, les types et la diversité des opérations des entreprises semblent déboucher pour les femmes sur une expression de besoins financiers qui ne demande pas une grande mobilisation de fonds.
- ✓ Les femmes entrepreneures sont concentrées dans des secteurs d'activités traditionnellement féminins, où fort souvent le rendement financier est faible. La tendance est le développement par les femmes d'un entrepreneuriat de subsistance. Les entreprises des femmes sont en moyenne relativement petites (parfois prêts trop minimes pour leur développement réel) et ont tendance à se développer moins rapidement que celles des hommes.
- ✓ De plus en plus de femmes tentent de monter leurs propres entreprises. Les fonds de départ mobilisés par les femmes ne sont pas élevés. Le premier réflexe n'est pas d'aller vers des crédits institutionnels parce qu'elles considèrent qu'en terme d'expérience, de ressources, de trésorerie, de garantie, de taille, elles ne feront pas le poids et le risque de refus est élevé. En somme, elles s'endettent moins et font beaucoup appel aux fonds propres ou auprès des membres de la famille/amis. Tout se passe comme si les femmes craignent d'entrer dans un type de gestion qui les dépasse. Cette faiblesse démontre la nécessité de renforcer les capacités des femmes pour qu'elles puissent gérer des volumes de financement plus important et faire évoluer des entreprises individuelles vers des sociétés de plus grandes dimensions.
- ✓ Généralement, lorsqu'elles se tournent vers les IMF pour leur entreprise, les crédits obtenus servent entre autres, à financer les fonds de roulement, développer l'entreprise, refinancer/renflouer les stocks et réduire la dette. Ils peuvent aussi servir à répondre aux besoins urgents et imprévisibles de la famille. Le volume de financement n'évolue pas suffisamment pour permettre une capitalisation réelle des revenus.
- ✓ Les femmes entrepreneures se plaignent des modalités de remboursement trop contraignantes parfois pour elles (échéances, pénalité de retard appliqué). Les échéances trop courtes de remboursement des prêts ne favorisent pas la croissance des entreprises par le réinvestissement des bénéfices (création de richesse et un investissement à long terme). Souvent les entrepreneures puisent dans les prêts pour payer les intérêts avant même que des bénéfices soient générés (dépérissement des entreprises par le remboursement). Parfois, il n'y a pas d'autres sources de financement pour répondre aux besoins courants que celles du capital investi. Il arrive également que les femmes utilisent des techniques traditionnelles (caractère rudimentaire ou insuffisance des équipements) qui réduisent les rendements à tirer des activités (transformation, artisanat...). A cela s'ajoute le non-renouvellement des connaissances, le manque d'adaptation au changement, le peu de place accordé à l'innovation.
- ✓ De l'avis des femmes les IMF ne sont pas à leur écoute (isolées dans leurs projets) – Elles ne se sentent pas en confiance et aidé pour identifier les solutions financières qui correspondraient à leurs besoins. A les entendre, les dossiers de crédit ne seraient pas suffisamment étudiés pour déterminer avec précision leur besoin financier. De plus, les femmes entrepreneures, lorsqu'elles cherchent à acquérir du financement par emprunt, ne sont pas souvent suffisamment préparées pour répondre aux informations clés à partir desquelles le risque d'investissement est évalué par le prêteur : type d'entreprise, branche d'activités de l'entreprise, expertise commerciale de l'entrepreneure (ex : expériences précédentes en gestion), taille du projet, feuille de route, maturité de

l'entreprise, potentiel de croissance, capacité financière personnelle et accès aux ressources de financement privés (complémentaires).

- ✓ Exception faites des micro-prêts offerts par diverses organisations, il y a une absence de programmes (gouvernementaux, institutionnels) de financement et d'encadrement de l'entrepreneuriat féminin sur le terrain. Lorsqu'elles existent ou germent, ces initiatives d'aide et d'accompagnement sont peu connues des femmes.
- ✓ Les réseaux sociaux (personnels/privés ou institutionnels/professionnel) des femmes ne sont pas développés au point de faciliter l'accès des femmes au capital de risque. La faiblesse de réseautage au niveau national n'aide pas à une meilleure utilisation, circulation et commercialisation des produits locaux. On observe, une perte au moment des récoltes dans certaines régions parallèlement pénurie dans d'autres.
- ✓ Pour écouler les produits : absence d'infrastructure routière et le dumping. Difficile d'acheminer les récoltes vers les centres, ce qui provoque un gaspillage d'au moins 50% de la production. Le dumping des produits agricoles étrangers est aussi néfaste.

Les femmes entrepreneures pour face à l'incertitude quotidienne, aux opportunités d'affaires ponctuelles, ont souvent des besoins urgents de liquidité. Dès lors, elles se tournent vers des options de financement où le délai de récupération des fonds, d'obtention des prêts n'est pas trop long, où les modalités de financement sont plus souples. Les options de financement vers lesquelles se tournent les femmes entrepreneures sont généralement des associations d'épargne à bénéfice alterné qui peuvent être journalier, hebdomadaire, mensuel, - en réponse à des besoins variés : immédiats, urgent/imprévu, régulier, conséquent (Exemple : urgence, besoins journaliers, paiement scolarité, remboursement emprunts/tontines, réapprovisionnement, opportunité d'affaire ponctuel).

Les besoins non financiers des femmes entrepreneures sont à définir en fonctions des obstacles ou défis suivants qui constituent des défis pour le développement de l'entrepreneuriat en général et de l'entrepreneuriat féminin en particulier en Haïti. Sans être exhaustive, nous relevons : absence de structures de regroupement des femmes qui croient dans une approche collective; absence de structures d'accompagnement des femmes entrepreneures, individualisme; méfiance/marronnage; les normes sociales qui empêchent les femmes d'envisager la création d'entreprises; l'absence de culture d'entreprise; la méconnaissance des services, ressources et possibilités existantes autour de l'entrepreneuriat.; le niveau d'instruction de certaines entrepreneures qui les privent de certaines formations; des obstacles systémiques et discriminatoires qui diminuent les opportunités des entreprises dirigées par les femmes; la conciliation famille –travail; la difficulté à participation activement aux regroupements et réseaux sociaux structurés, etc.

Tableau 18 : Synthèse des besoins financiers et non financiers

Domaines	Actions
BESOINS FINANCIERS	
Montant des prêts	Revoir les restrictions relatives au montant des prêts accordés (critères pré-établis).
	Mettre en place des lignes de crédit offrant des conditions favorables aux femmes entrepreneures.
	Accorder des montants de crédits plus élevés le développement d'entreprises de plus grande envergure.
	Disposer d'une gamme diversifiée de produits et services répondants aux multiples besoins des femmes entrepreneures (scolarité, urgence, période festive, projet personnel, épargne...).

Garantie	Mettre en place un fonds de garantie pour les femmes entrepreneures (mobilisation des garanties exigées).
	Élargir la gamme des actifs à offrir comme garantie pour permettre l'accès de beaucoup plus de femmes au financement.
Taux d'intérêt	Développer programmes/projets (caution/don/subvention/garantie) pour les potentielles entrepreneures qui ne peuvent mobiliser les garantis demandés.
	Réviser les montants des taux d'intérêt (trop élevé) et les modalités de remboursement (trop rigide).
Concordance demande/offre services/ produits financiers	Disposer de prêts pour le démarrage d'entreprise dans des secteurs variés (non traditionnels/ innovants).
	Ouvrir des IMF aux secteurs non traditionnels et innovants.
	Rapprocher les IMF de leurs sociétaires pour qu'elles puissent les connaître et comprendre leurs besoins.
	S'assurer de la correspondance entre produits et services financiers proposés par les IMF et besoins réels des femmes en regard de leurs secteurs d'activités (Ex : échéance de remboursement versus type d'activités).
	Développer d'options de financement plus souples (délais de récupération des fonds /obtention des prêts).
Démarrage / développement d'entreprise	Faciliter le processus de formalisation des entreprises (simplification des réglementations et procédures).
	Appuyer des entrepreneures à formaliser leurs entreprises (processus de légalisation et de reconnaissance).
	Financer le démarrage d'entreprise.
	Former les entrepreneures à préparation de demande de prêts pour augmenter les chances de succès.
	Aider les femmes entrepreneures à définir leurs besoins financiers réels, à identifier et faire appel aux ressources sur place : Chambre de commerce, conseiller dans les IMF, comptable, organismes d'appui technique.
	Appuyer au développement de programmes d'aide à la création d'entreprises, (formation, coaching, aide pour le montage des dossiers. Peut être fait par : CCI, des associations d'aide à la création d'entreprises.
	Diagnostic personnalisé suivi de plans d'affaires.
Renforcement de capacité	Renforcer les capacités des institutions d'appui technique et financier pour qu'elles puissent mieux répondre aux besoins des entrepreneures.
	Éducation financière dans l'objectif d'une meilleure gestion de leurs finances/ développer capacité à sélectionner les produits financiers les plus adaptés à leurs besoins.
Outils /instruments	Développement d'outils et d'approches sur mesure pour renforcer les capacités des femmes entrepreneures à créer et développer des entreprises durables.
Risques liés au financement des entreprises	Mettre en place en amont : service consultatif et formation.
	Augmenter les capacités des entrepreneures à répondre aux exigences à partir desquels le risque d'investissement est évalué.
	Appuyer la formulation et à l'étude des projets d'entreprises.
	Appuyer l'élaboration de plan d'entreprises et d'étude de marketing.
	Établir des contacts avec les milieux d'affaires et les pouvoirs publics.
	Appuyer techniquement le démarrage et le développement des entreprises.
	Développer des partenariats avec des institutions spécialisées dans l'encadrement technique des associations, coopératives, réseaux, micro-entreprises.
Mis en place d'incubateurs pour accélérer le processus de création d'entreprises par les femmes.	
Efficacité des crédits	Développer des modalités de financement plus souple, adaptable aux besoins des entrepreneures.
	Accompagner les entrepreneures (IMF et/ou en partenariat avec des organisations qui appuient le développement des entreprises) pour qu'elles puissent identifier les obstacles et les possibilités au fur et à mesure qu'ils se présentent.
	Suivre de la gestion des prêts.
	Suivre les résultats des entreprises après le financement.
Information/ Communication/	Rendre disponible et accessible les informations relatives au fonctionnement des IMF et du circuit bancaire, sur les prêts/financement disponibles, les critères d'évaluation des prêts; les produits financiers disponibles, etc.
	Amener les IMF à être plus à l'écoute des sociétaires / revoir stratégie de communication.

Réseautage	Améliorer la stratégie d'offre des services des IMF en termes d'approche, de stratégie de communication, de relations entre les IMF (ex : agent de crédit) et les sociétaires/clients.
	Faire la promotion de l'entrepreneuriat féminin.
	Aider au développement des réseaux sociaux des femmes entrepreneures (pour leur faciliter, entre autres, l'accès au capital de risque).
	Développement de connaissance sur l'entrepreneuriat féminin et d'une plateforme d'échange pour faire entendre la voix des femmes entrepreneures.
	Mise en place de plate-forme de discussion sur des sujets liés à la micro-finance. Prendre en considération les contraintes des femmes liées à leur emploi du temps et les responsabilités familiales (lieu/distance/heure des rencontres).
BESOINS NON FINANCIERS DES FEMMES ENTREPRENEURES	
Domaines	Actions
Attitudes sociétales / normes sociales (qui empêche d'envisager la création d'entreprise par les femmes)	Développement d'attitudes positives à la création d'entreprises par les femmes.
	Promotion/ Mise en évidence de modèles féminins positifs.
	Susciter la prise de conscience et véhiculer une image positive de l'entrepreneuriat féminin.
Renforcement institutionnel des plates-formes et/ou structure de regroupement des femmes entrepreneures	Appui à la structuration et au renforcement des plates-formes de regroupement des entrepreneures.
	Mise en avant des valeurs telles : associatives / complémentarité/ interdépendance/ synergie.
	Renforcement des structures d'appui pouvant : ✓ orienter les femmes entrepreneures, les accompagner dans les dédales des processus et procédures administratives de normalisation de leurs entreprises (ex : direction mise en place par le MCI); ✓ fournir un accompagnement technique dans certains domaines (étude de marché ciblé, plan d'affaire, marketing commercial et social...)
Renforcement des capacités des entrepreneures	Tenant compte du profil des entrepreneures, développer des modules de formation en gestion simple / management / marketing/ publicité... (établir des mécanismes/outils de base minimale pour une saine gestion de l'entreprise et un suivi de leurs activités).
	Formation aux compétences de vie (estime de soi, communication, leadership, sens de l'entraide, coopération....)
	Formation à l'entrepreneuriat
	Programme de développement de l'esprit et la culture d'entreprise
	Coaching / mentorat
Fertilisation croisée – entre les entrepreneures au niveau nationale pour susciter la créativité, l'innovation,....	
Information /communication/réseautage	Disponibilité et diffusion en tout temps d'informations sur : ✓ les services, les ressources, les opportunités d'affaires, ✓ les programmes d'aide financière privé ou public; ✓ les initiatives proposant des microcrédits aux demandeurs admissibles; ✓ Les services d'appui technique existant; ✓ Les institutions offrant des services de mentorat; ✓ Les structures de réseautage.

CONCLUSION

Dans l'objectif d'améliorer l'accès des entrepreneures aux services financiers et non financiers, un portrait de l'entrepreneuriat féminin a été réalisé.

Entrepreneure. Globalement, les données nous montrent que les femmes entrepreneures ne cessent d'augmenter. En effet, la création d'entreprises par les femmes est de loin supérieure à celle des hommes. Certaines femmes choisissent ce secteur d'activités mais d'autres femmes y sont à défaut de trouver un emploi stable. Si le taux d'activité des femmes est inférieur à celui des hommes quel que soit le groupe d'âge considéré, le confinement des femmes aux tâches domestiques est parfois lié à des difficultés d'insertion dans l'emploi et à la répartition sociale des tâches dans la famille. Ces facteurs sont également à la base du faible engagement des femmes dans l'activité

économique et, pour celles qui se lancent, leur cantonnement dans les micro-entreprises et dans des secteurs particuliers.

En effet, si les femmes de toutes les catégories sociales peuvent faire le choix de créer une entreprise, la majorité des femmes qui crée ou développe une activité économique dans l'objectif qu'elle génère de la valeur, se retrouve dans le segment des femmes faiblement instruites. Le faible niveau d'éducation et de formation doit être mis en parallèle avec le niveau de productivité.

Face à ce constat, pour aboutir à des actions pertinentes pour ce groupe, la compréhension et la prise en compte de leurs besoins spécifiques autant par les acteurs stratégiques qu'opérationnels reste une nécessité.

Les actions du PANSEH pourraient être de renforcer la capacité institutionnelle des prestataires de services financiers et non-financiers pour mieux répondre aux besoins spécifiques de ces femmes entrepreneures; d'accompagner les prestataires de services à faire leur auto-évaluation genre, à ajuster et ou à développer des plans d'actions qui contribuent à l'amélioration des services auprès de ces entrepreneures. Des actions allant dans le sens du renforcement de capacité des entrepreneures peuvent être : la mise à disposition d'outils et d'approches sur mesure pour renforcer les capacités des femmes à créer et à consolider des entreprises durables; le développement de modules de formation adaptés aux femmes entrepreneures analphabètes ou peu instruites en : gestion d'entreprise sensible au genre, marketing social, étude de marché, sélection produits financiers adaptés à leurs besoins, plan d'actions/de développement, etc. Le développement des compétences *de vie* qui dans leurs application permettront aux femmes entrepreneures d'avoir : une perception positive de leur personne et de leur capacité à entreprendre, une bonne organisation personnelle, une attitude responsable en matière de développement d'entreprise, de meilleures interactions sociales, de bon reflexes pour protéger leurs avoirs (etc.).

A défaut d'un capital économique, le capital social est une ressource incontournable sur laquelle bâtir et, cette ressource prend tout son sens dans un contexte comme Haïti où il n'y a pas assistance sociale. Si les femmes autant que les hommes s'intéressent aux activités sociales/collectives et se retrouvent au sein d'associations communautaires ou autres, en raison de contraintes familiales, de gestion du temps et donc de difficultés à se déplacer, les femmes n'entretiennent pas leurs réseaux de relations sociales. Leur trajectoire éducative et sociale ne les aide pas non plus, au-delà de leur cercle de relations immédiates, à construire de véritables réseaux de relations mobilisables suivant les circonstances.

Un des appuis du PANSEH pourrait être d'aider à la structuration, la mise en réseau des femmes entrepreneures. De multiples associations de femmes ou associations mixtes œuvrent dans l'entrepreneuriat de manière informelle et dans une totale absence de normes de gestion, de contrôle de qualité, de standardisation. Une stratégie pertinente serait d'appuyer la professionnalisation, la structuration de ces groupes, l'acquisition de compétences spécifiques dans le cadre d'une filière donnée.

Le développement des compétences de vie, la mise en valeur des atouts du collectif réglementé, versus le développement de l'individualisme, peuvent aider les femmes entrepreneures à développer des synergies constructives à mettre en place des partenariats forts. La recherche de complémentarité avec les partenaires techniques et financiers qui appuient des structures (*associations, coopératives, réseaux, micro entreprises*) regroupant des femmes entrepreneures et qui déploient des stratégies évidentes de renforcement des acquis, de transfert de compétence, de développement sur le long terme, de pérennisation des acquis pourrait être une action stratégique du PANSEH.

Entreprises. A côté des ressources dont elles disposent qui conditionnent le profil des entreprises qu'elles créent ou développent, d'autres facteurs caractérisent les entreprises mises en place par

les femmes. D'abord, le commerce est le principal secteur d'intervention. Si nous excluons le commerce, les femmes entrepreneures sont présentes dans des secteurs qui ne sont pas ou sont peu couverts par l'offre de produits financiers (exemple : artisanat d'art utilitaire, agro-alimentation). Ensuite, ce sont de très petites structures qui ont du mal à progresser; ces entreprises, fonctionnant majoritairement dans l'informel n'ont pas accès aux services financiers formels. Enfin, autant chez les hommes que chez les femmes, le réflexe premier est de partir et développer son entreprise individuellement.

En vue d'aider les femmes entrepreneures à relever les multiples défis auxquels elles font face, les actions et interventions peuvent porter sur l'inclusion financière des femmes, autrement dit, l'accès des entrepreneures en tout temps à un ensemble de produits et services financiers qui sont offerts par des institutions financières formelles et pérennes, régies par une réglementation adéquate. Des produits qui sont également diversifiés, abordables et adaptés à leurs besoins.

Les interventions dans le domaine du financement des MPME peuvent être : l'accompagnement des femmes pour la structuration de leur demande afin qu'elles aient accès aux services et produits financiers, l'accès à des lignes de crédit à des taux préférentiels, des garanties de prêts ou des subventions. Toutefois, l'accès au financement ne suffit pas à lui seul pour aider les femmes à développer l'entrepreneuriat. Elles ont besoin d'améliorer leur savoir – faire, de renforcer leurs compétences particulièrement en management et gestion, de développer des compétences de vie (confiance en soi, ouverture aux autres, dynamisme, ...).

Il peut s'avérer important de regrouper d'une part les services adressés aux femmes entrepreneures par le biais de partenariats stratégiques, et d'autre part, de regrouper les organismes de soutien et de promotion de l'entrepreneuriat en vue de développer des stratégies et maximiser les ressources. Ces organismes peuvent jouer différents rôles : promotion de l'entrepreneuriat féminin, lobbying auprès des pouvoirs publics et des institutions internationales, appui à la création d'entreprises, encadrement et assistance dans la gestion et la pérennisation d'entreprises, développement des compétences managériales, etc.

Des stratégies visant une meilleure structuration, réseautage et développement de synergie sont nécessaires. Ces plateformes de rencontres, d'échange d'information, de formation et de solidarité peuvent contribuer à améliorer le climat des affaires pour les femmes moyennant leur adhésion et participation active à ces initiatives.

Des structures ont été mises en place par le secteur privé formel pour appuyer les efforts des investisseurs dans certains secteurs ou en aval de la production. Ces types d'organisations, lorsqu'elles existent, peut représenter pour les filières retenues un potentiel considérable en termes de canalisation d'appuis ciblés, et particulièrement des appuis qui encourageront dans ces filières (non traditionnellement féminin) l'arrivée d'Entrepreneures.

Des actions peuvent appuyer la mise en place /et/ou le renforcement de structures de concertation des acteurs (État, secteur privé, interprofessionnel) autour des filières retenues. Pour les filières prioritaires retenues, l'une des stratégies pourrait d'évaluer rapidement le potentiel d'absorption du marché local qui très souvent est une cible non encore satisfaite. Ce marché a progressé avec la croissance démographique urbaine. Des actions ciblées peuvent aider à bien le connaître (*habitudes de consommation de bien et de service, pouvoir d'achat, intérêt, goûts..*) pour agir tant sur l'efficacité que l'efficacités des interventions.

Environnement. Le démarrage et le développement de l'entrepreneuriat engage des niveaux de responsabilités différentes de chacune des parties prenantes: acteurs étatiques, partenaires techniques et financiers, acteurs de la société civile, entrepreneur-e-s. Il est de la responsabilité de chaque acteur de jouer sa partition pour tendre vers les résultats escomptés.

Dans les faits, le contexte pourrait être favorable au développement de l'entrepreneuriat féminin dans la mesure où les ministères impliqués, plus particulièrement le MCI, accélère le processus de

modernisation du cadre légal des affaires et, tenant compte des limites propres aux femmes entrepreneures et des écueils (*flou sur le processus, lenteur des formalités administratives...*), met en place un mécanisme fonctionnel visant à les accompagner.

Dans cette dynamique, une initiative intéressante pourrait être la mise en place d'incubateurs (*adaptés aux différentes catégories de femmes et aux contextes d'intervention*) pour accélérer la création d'entreprises par les femmes et leur permettre parallèlement de développer les compétences qui leur manquent, d'y trouver un accompagnement technique lors des premières étapes de la vie de l'entreprise (étude de marché ciblé, plan d'affaire, marketing commercial et social) et des appuis conseils ciblés.

Il est également important d'une part, de poursuivre les actions de promotion de l'entrepreneuriat féminin et de mettre en évidence les contributions des femmes entrepreneures à la société et à l'économie en particulier. D'autre part, d'analyser les chaînes de valeur et voir dans quelle mesure la dimension genre y est intégrée.

Somme toute, nous sommes dans un contexte où le focus est mis sur le développement de l'entrepreneuriat comme moyen pour soutenir la croissance économique. L'État a pris certaines mesures en vue d'améliorer l'environnement entrepreneurial. Les partenaires techniques et financiers de leur côté tentent de coordonner leurs actions pour un appui efficace et efficiente au secteur. Toutefois, dans ce grand chantier, l'entrepreneuriat féminin n'est toujours pas l'objet d'une attention particulière en termes de programmation et de projets d'envergure. Des efforts sont nécessaires pour que l'entrepreneuriat féminin cesse d'être traité comme un volet ou un sous-volet dans la programmation.

STRATÉGIE EFH DU PANSEH

1.0 STRATÉGIE EFH DU PANSEH

Les organismes de coopération internationale ont pris des engagements en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (EFH) et d'autonomisation des femmes. Au-delà du discours, certains, à l'échelle institutionnelle se sont dotés de *politique ou de stratégie EFH* et veillent à l'intégration de l'approche dans leurs programmes et projets de développement. Concrètement, l'approche EFH consiste à favoriser une prise de conscience et à introduire des stratégies et des outils pour l'égalité à travers l'intégration de l'EFH d'abord dans les modes de fonctionnement des projets/programmes; ensuite, dans les compétences des personnels et enfin dans les projets/programmes à travers leurs différents axes d'intervention. Les préoccupations relatives à l'EFH doivent également être présentes à toutes les étapes de la gestion des cycles de projets/programmes.

Les principaux objectifs recherchés en voulant développer et implémenter une stratégie EFH sont de définir les objectifs à atteindre par le projet en matière d'égalité hommes / femmes; d'identifier la stratégie et les actions appropriées pour atteindre ces objectifs, en tenant compte des spécificités du projet, d'établir un plan d'action et d'identifier les moyens humains et financiers appropriés pour assurer la mise en œuvre du plan d'action. L'élaboration de la stratégie EFH du programme PANSEH répond à cette perspective. Plus spécifiquement, le mandat consiste à élaborer la stratégie EFH pour l'ensemble du PANSEH et à identifier les besoins financiers et non financiers des femmes entrepreneures, de même que les moyens et partenariats pour répondre à ces besoins.

1.1 Présentation du PANSEH

Le *Programme d'appui national à la structuration de l'entrepreneuriat en Haïti* (PANSEH) est un programme de Développement international Desjardins (DID), financé par le ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD) du Canada. D'une durée de 5 ½ ans et signé en mars 2014, ce programme, à portée nationale, entend contribuer à la croissance économique du pays en appuyant la mise en place d'un environnement d'affaires qui facilitera l'investissement, la productivité et la création d'emploi des micros, petites et moyennes entreprises (MPME) haïtiennes.

Ainsi, en plus de permettre à des MPME informelles – qui représentent environ 95 % de toutes les entreprises haïtiennes – de se formaliser, le PANSEH appuiera des partenaires haïtiens dans l'animation économique ainsi que dans l'offre de produits et services financiers et non financiers. L'amélioration de l'environnement et de l'accès à des produits et services permettra aux MPME de se développer et de contribuer au développement économique du pays (par la création d'entreprises et les investissements générés) de même qu'à l'augmentation des recettes fiscales de l'État haïtien. En matière d'EFH, le PANSEH a comme but d'améliorer l'accès aux services non-financiers et financiers autant aux hommes qu'aux femmes entrepreneur-e-s. Le programme apporte son appui technique et financier de quatre (4) façons :

- ✓ Aux institutions financières pour qu'elles puissent servir adéquatement le marché des micros, petites et moyennes entreprises (MPME);
- ✓ Aux MPME qui veulent se procurer des services non-financiers (conseil, plan d'affaires, études de marché, formation « coaching » mentorat, etc.) auprès de partenaires du projet (Fondation Etre Ayisyen - FEA, Chambres de commerce et de l'industrie – CCIH de l'Artibonite, de la Grand' Anse et du Sud et, le Centre d'entrepreneuriat et d'innovation;
- ✓ CEI de l'Université Quisqueya;
- ✓ À la mise en place d'un Centre financier aux entrepreneurs (CFE) au sein de la Fédération des caisses populaires haïtiennes Le Levier;
- ✓ À la réalisation d'activités de structuration du Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI) activités dont le but est de mettre en place un cadre d'affaires favorable au développement de l'entrepreneuriat haïtien.

De ce fait, ces axes d'appui amènent le PANSEH à travailler directement ou indirectement avec les acteurs suivants :

- ✓ La coopération canadienne (MAECD) via le CCHC;
- ✓ Le Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI);
- ✓ Les institutions financières partenaires;
- ✓ Les partenaires du programme (Fondation Etre Ayisyen - FEA, Chambres de commerce et de l'industrie – CCIH de l'Artibonite, de la Grand' Anse et du Sud et, le Centre d'entrepreneuriat et d'innovation – CEI de l'Université Quisqueya);
- ✓ La Fédération des caisses populaires haïtiennes Le Levier;
- ✓ Des micros, petites et moyennes entreprises (MPME) de femmes ou de leurs réseaux.

L'approche est « sectorielle » car le PANSEH se déploiera en mettant à contribution trois catégories d'intermédiaires qui jouent un rôle incontournable à trois niveaux d'intervention dans le développement des MPME. Le niveau micro par lequel les institutions financières fournissent les services financiers et les prestataires de services non financiers (PSNF) de la formation et du coaching aux MPME; le niveau méso par lequel, les structures étatiques concernées créent un environnement favorable à l'opérationnalisation des MPME; le niveau macro par lequel les structures étatiques mettent en place un cadre propice à l'émergence, au développement et à l'accompagnement des MPME.

Dans un souci d'obtenir des effets structurants et à la recommandation du MAECD et du MCI, le PANSEH concentrera ses actions dans quatre des dix départements d'Haïti, privilégiera l'appui à trois partenaires de services non financiers (la Fondation *Etre Ayisyen*, le Centre d'Entrepreneuriat et d'Innovation de l'UniQ, et trois Chambres de Commerce et d'Industrie départementales), à trois filières porteuses – dont une filière ayant un impact significatif sur les femmes entrepreneures et une autre sur l'environnement – et aux produits prioritaires de ces départements et, appuiera les intermédiaires en vue d'accompagner les acteurs de ces trois filières. Dans un premier temps, le PANSEH sera déployé dans les départements de l'Ouest, de l'Artibonite, de Grande-Anse et du Sud), avec une possible extension (devant être évaluée à mi-parcours) à d'autres départements.

1.2 Cadrage EFH

En matière d'EFH, le programme PANSEH a comme but d'améliorer l'accès aux services non-financiers et financiers aux femmes entrepreneures. Le programme PANSEH s'inspire de la politique du MAECD et du positionnement de DID en matière d'EFH. Il tient compte également des objectifs d'Haïti exprimés dans la politique d'EFH (2014).

Politique EFH MAECD. La *Politique du MAECD en matière d'égalité entre les sexes* a pour but d'appuyer la réalisation de l'égalité entre les femmes et les hommes afin d'assurer un développement durable. Elle a pour objectifs :

- ✓ de faire avancer la participation des femmes au développement durable de leurs sociétés, à titre de décideuses, et sur un pied d'égalité avec les hommes;
- ✓ d'appuyer les femmes et les filles dans le plein exercice de leurs droits fondamentaux;
- ✓ de réduire les inégalités entre les femmes et les hommes quant à l'accès aux ressources et aux retombées du développement, ainsi qu'à leur contrôle.

La *Politique du MAECD en matière d'égalité entre les sexes* se fonde sur les principes suivants :

- ✓ L'égalité entre les sexes est un thème transversal et doit être considéré comme faisant partie intégrante de toutes les politiques ainsi que des programmes et projets du MAECD. Aborder l'égalité entre les sexes comme but transversal nécessite que l'on formule les

programmes de développement en fonction des points de vue, des intérêts et des besoins exprimés autant par les femmes que par les hommes, et que ces programmes permettent l'établissement de rapports plus égaux entre les femmes et les hommes.

- ✓ Pour atteindre l'égalité entre les sexes, il faut reconnaître que chaque politique, programme et projet a des répercussions différentes sur les femmes et sur les hommes. Les perspectives, les besoins, les intérêts, les rôles et les ressources ne sont pas les mêmes pour les femmes et les hommes — ces différences s'expriment souvent également en fonction de la classe sociale, de la race, de la caste, du groupe ethnique ou de l'âge. Les politiques, programmes et projets doivent tenir compte des différences qui existent sur le plan des expériences et des situations entre les femmes et les hommes, ainsi que parmi les femmes et parmi les hommes.
- ✓ La réalisation de l'égalité entre les sexes n'implique pas que les femmes deviennent identiques aux hommes. L'égalité signifie que les droits et les possibilités auxquels aspire un individu ne sont pas tributaires du fait d'être homme ou femme.

Politique EFH DID. Depuis 1985, DID a défini sa politique d'intégration de la femme et de l'égalité entre les sexes dans ses programmes et signifié clairement sa volonté d'assurer l'équité et de veiller aux impacts des interventions qu'il supporte sur les femmes. D'abord, un cadre théorique a été développé pour guider les interventions du personnel. Ensuite, conscient que pour parvenir à cette égalité, des modifications doivent être apportées aux pratiques institutionnelles et aux relations sociales qui renforcent et entretiennent les disparités, l'institution propose à son réseau de partenaires des gestes concrets en matière d'intégration de la femme et d'égalité entre les sexes. L'engagement de DID à cet effet s'inscrit dans les trois principes suivants :

- ✓ *Accès aux ressources.* Favoriser, pour les femmes, un accès équitable aux services offerts, aussi bien par DID et ses projets que par ses partenaires, et par le fait même favoriser l'accès des femmes à leurs ressources financières.
- ✓ *Accès au pouvoir.* Promouvoir la participation féminine aux instances politiques et administratives des mutuelles, coopératives et associations appuyées par DID.
- ✓ *Accès à l'emploi.* Assurer aux femmes un traitement équitable d'embauche au siège social et sur le terrain, et le favoriser chez ses partenaires.

Pour atteindre ces objectifs, DID propose à ses partenaires un ensemble d'activités graduées en matière d'intégration de la femme et d'égalité entre les sexes. Il incombe à chacun des partenaires de choisir le niveau d'investissement qui correspond le mieux à sa réalité et à son engagement.

EFH selon le programme PANSEH. Dans le cadre du programme PANSEH, les préoccupations de DID en matière d'EFH sont :

- ✓ *De s'assurer de la présence d'un porteur de dossier genre³⁶ mais surtout que les objectifs EFH soient portés par toute l'équipe de programme;*
- ✓ *De sensibiliser l'équipe de programme pour qu'elle puisse intégrer les préoccupations EFH dans leurs activités;*
- ✓ *Pour que le projet soit porteur, d'intégrer les préoccupations et les stratégies EFH dès le début dans les activités régulières.*

Conscient que le rôle économique des femmes génère un impact significatif sur le développement local, DID conseille de prendre des mesures spécifiques pour améliorer les résultats en ce qui a trait aux crédits accordés aux femmes. Les résultats ont suffisamment montré que les femmes remboursent mieux et sont plus fidèles à leur institution. Les IMF doivent être ouvertes à adapter leur offre et distribution de produits et services pour toucher

³⁶ Un porteur de dossier mais surtout des objectifs portés par toute une équipe

la clientèle féminine répondant ainsi aux besoins de plus en plus grands de femmes qui s'affairent dans des activités génératrices de revenus.

1.3 Bien-fondé d'une stratégie EFH pour le PANSEH

Parler de stratégie EFH d'un projet consiste à définir des objectifs à atteindre en matière d'égalité hommes/femmes, identifier la stratégie et les actions appropriées pour atteindre ces objectifs en tenant compte des spécificités de la structure ; établir un plan d'action et affecter des moyens humains et financiers appropriés pour assurer la mise en œuvre du plan d'action. L'intégration du genre dans le cycle de projet revient à prendre en compte cette dimension dans chaque étape du cycle de projet : (i) identification du projet, (ii) conception et formulation, (iii) mise en œuvre, (iv) suivi, (v) évaluation.

Autrement dit, la prise en compte du genre suppose de mener systématiquement des analyses en se posant des questions sur l'implication du rôle et de la place des femmes et des hommes dans le projet. Généralement cette intégration peut amener à revoir certaines procédures institutionnelles, informer et sensibiliser les parties prenantes des projets sur les principes et les enjeux de l'égalité hommes / femmes ; former des ressources qui seront en charge de la mise en œuvre et du suivi du plan d'action, de l'appui à l'intégration du genre dans les projets ; développer des outils pratiques pour faciliter la prise en compte du genre dans les interventions. L'élaboration de la stratégie tient compte du bien-fondé de la stratégie, du cadrage institutionnel, des parties prenantes (...). Son niveau d'opérationnalisation dépend en partie de ces actions préalables.

Le développement d'une stratégie EFH au sein du programme constitue un levier pour l'action, un outil de dialogue. Son élaboration à cette étape de démarrage du programme aidera à mobiliser l'équipe restreinte et élargie du programme sur les questions EFH, en favorisant les débats à l'interne et l'appropriation des connaissances en ce domaine. Cette étape qui suit le diagnostic de l'entrepreneuriat féminin répond à deux principaux objectifs. D'abord, d'être en phase, dans le cadre de ce programme d'appui à la structuration de l'entrepreneuriat, avec le contexte d'intervention³⁷. En effet les interventions proposées témoignent d'une bonne connaissance du contexte local haïtien, c'est-à-dire, des structures de pouvoir formelles et informelles qui témoignent des rapports sociaux, économiques et politiques entre les hommes et les femmes. La stratégie EFH tient également compte, dans la mise œuvre du programme, des besoins, des répercussions prévues et des résultats escomptés découlant de ces rapports. Une stratégie EFH doit permettre d'impliquer les femmes trop souvent mises de côté dans les projets visant le développement économique alors qu'elles détiennent la majorité des petits commerces, fort potentiel de développement entrepreneurial.

Ensuite, la stratégie répond aux préoccupations du programme PANSEH de prendre dès le départ les actions et mesures nécessaires afin que le projet tende vers des résultats en matière d'EFH et renforce le pouvoir d'actions et de décision des femmes. L'atteinte des objectifs d'égalité entre les sexes dans le programme sera meilleure à toutes les étapes du programme (planification, mise en œuvre, suivi-évaluation) si le souci de l'égalité entre les femmes et les hommes est constant.

1.4 EFH - double approche : transversale et spécifique

En vue d'atteindre l'objectif d'égalité de genre et d'autonomisation des femmes, une double approche, transversale et spécifique, sera adoptée. L'approche transversale implique l'intégration systématique des conditions, des priorités et des besoins propres aux femmes et

³⁷ *Des programmes efficaces — Notes techniques, Direction générale des politiques, MAECD, 1997.*

aux hommes dans tous les aspects du programme et de la structure organisationnelle (vision, conception, analyse, structure, objectifs, stratégies, activités, méthodes, moyens, personnel, culture...), afin d'améliorer l'égalité entre les hommes et les femmes. Toute l'équipe du PANSEH sensibilisée à la problématique EFH veillera à l'intégration de l'EFH dans les différents volets et actions du programme. Des exemples d'actions qui seront privilégiées : intégration EFH dans les modules de formation en gestion; le mécanisme d'appui aux services non financiers (MASNF) sera soucieuse d'équité entre les hommes; des mesures seront prises pour que le fonds de garantie MPME répond aux initiatives autant des hommes que des femmes.

L'approche spécifique suppose des actions qui visent spécifiquement à éliminer les discriminations et à rétablir l'équilibre entre les femmes et les hommes. Les actions spécifiques en faveur de l'égalité touchent généralement les femmes et relèvent de « l'empowerment ». Il peut s'agir aussi d'actions qui visent à changer les systèmes et les structures, ainsi que d'actions de sensibilisation et de formation à l'EFH des décideurs, acteurs clés, des parties prenantes, etc. Par exemple, des projets portés par des femmes entrepreneures seront appuyés dans le cadre d'une enveloppe dédiée spécifiquement à la promotion de l'entrepreneuriat féminin; sera également appuyé, la structuration d'une filière économique stratégique dont la majorité des acteurs sont des femmes ou dont les impacts de cette filière sont fortement au bénéfice des femmes.

1.5 Objectifs EFH du PANSEH

L'équité entre les femmes et les hommes (EFH) est transversale dans le PANSEH avec une composante spécifique portant sur l'accès des femmes entrepreneures aux services non financiers et au financement. Les objectifs EFH du programme sont de (d') :

- ✓ Animer un processus de transfert de connaissance en matière d'EFH (interne / externe);
- ✓ S'assurer de la mise en œuvre d'interventions soucieuses d'équité entre hommes et femmes;
- ✓ Faciliter la mise en place d'espace de partage de connaissances et d'expériences.

1.6 Méthode d'intégration de l'EFH dans le programme

Une première activité du volet EFH a été la réalisation d'un diagnostic de l'entrepreneuriat féminin en Haïti. Dans un premier temps, un portrait de la situation de l'entrepreneuriat féminin en Haïti a été dressé en regard :

- ✓ du contexte et de l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin;
- ✓ des principales filières non-agricoles dans lesquelles les femmes jouent un rôle économique important;
- ✓ des besoins financiers et non-financiers des femmes entrepreneures et de l'offre de services des organisations impliquées;
- ✓ des écarts entre l'offre et la demande.

Dans un second temps, une stratégie EFH a été élaborée pour le PANSEH. Les principales étapes ont été:

- ✓ Examen du programme à la lumière des considérations EFH.
- ✓ Identification des principaux enjeux et formulation des objectifs EFH;
- ✓ Identification des parties prenantes et des différents axes d'intervention EFH;
- ✓ Mise en évidence (à partir des facteurs susceptibles d'influencer les résultats du programme en matière d'EFH) des volets principaux de la stratégie EFH :
 - Renforcement des capacités;
 - Coordination/concertation (réseautage);

- Adaptation politiques/produits/pratiques en matière de micro-finance pour favoriser l'EFH (*Favoriser l'EFH par la microfinance*);
- Communication / visibilité;
- Suivi-évaluation.
- ✓ Définition des principales activités (Référence : Plan d'actions);
- ✓ Formulation des indicateurs EFH (devant faciliter, entre autres, le suivi-évaluation);
- ✓ Validation avec les parties prenantes des résultats EFH attendus et les stratégies pour les atteindre.

1.7 Opérationnalisation de l'EFH dans le programme

L'intégration de l'approche genre devra se traduire dans la planification, la définition des résultats, les interventions/action des différents comités, la dynamique des tables de discussions. Une ressource locale haïtienne EFH à temps plein veillera à la mise en œuvre, le suivi évaluation de la stratégie EFH. Certains cibles ont dès le début été identifiés :

- ✓ 30% du nombre de crédits prévus octroyés par les IF aux femmes entrepreneures;
- ✓ 30% des appuis conseil seront prodigués par les PNSF pour répondre aux besoins non financiers seront réalisés avec des femmes;
- ✓ Un appui budgétaire de plus de 300,000\$ CAD pour soutenir une filière et jusqu'à 6 projets spécifiques;
- ✓ Des indicateurs évaluant le nombre de personnes sensibilisées et formées;
- ✓ Analyse de l'évolution de l'état des perceptions face à l'EFH.

L'opérationnalisation de la stratégie EFH du PANSEH ne revient pas uniquement au porteur de dossier EFH mais repose sur toute l'équipe. Une enveloppe budgétaire est prévue pour le développement d'activités visant spécifiquement les femmes entrepreneures cependant, l'application du principe de quotas de 30% par exemple est un mécanisme qui permet de s'assurer des actions EFH transversale au programme. A l'interne, des mesures seront prises pour que toute l'équipe soit porteuse de la vision et des objectifs EFH du programme. Les aspects auxquels il faudrait porter une attention particulière lors de l'opérationnalisation de la stratégie sont :

- ✓ S'assurer de : l'appropriation institutionnelle : volonté et redevabilité;
- ✓ Aider à l'intégration des préoccupations d'EFH dans la culture institutionnelle (habitudes et codes de comportement du PANSEH qui favorisent l'égalité des sexes);
- ✓ Veiller à la transversalité de l'approche EFH (Objectifs et résultats portés par toute l'équipe de PANSEH);
- ✓ Sensibiliser /former les cadres du programme sur les inégalités entre les sexes et les approches permettant de les surmonter;
- ✓ Prendre en compte de la dimension EFH dans les instruments et les procédures (orientations EFH approuvées par la haute direction mais aussi dans la préparation des sujets lors des réunions de comités et tables de concertation);

L'opérationnalisation de l'EFH suppose également que :

- ✓ des mesures prises soient prises pour assurer la participation effective³⁸ des femmes/organisations de femmes, principaux ministères concernés dont le MCFDF, porteurs de dossiers EFH au sein de différents programmes/projets à toutes les étapes et aspects du programme particulièrement dès le début dans la réflexion et la définition de l'action;
- ✓ des résultats EFH clairs, mesurables et réalisables soient clairement énoncés et des indicateurs à la fois qualitatifs et quantitatifs définis dans le plan de mise en œuvre;
- ✓ L'équipe projet fasse preuve de flexibilité et d'ouverture d'esprit à l'égard des méthodes novatrices et des possibilités d'appuyer l'égalité entre les sexes qui se présentent au cours de la mise en œuvre;
- ✓ L'information sur les progrès accomplis en matière de réduction des inégalités entre les sexes soit recueillie et analysée en tant que partie intégrante de la mesure du rendement;
- ✓ Les faiblesses institutionnelles, les contraintes susceptibles de nuire à la réalisation de l'EFH dans le programme soient adressées et des stratégies sont mises en place pour les dépasser;
- ✓ Les partenaires et les responsables de la mise en œuvre soient choisis en fonction de leur volonté et de leur capacité à promouvoir l'égalité entre les sexes.

La mise en œuvre de la stratégie EFH du PANSEH se fera avec la participation de l'ensemble des parties prenantes : Le Centre de Coopération Haïti Canada (CCHC), le Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI), le Ministère à la Condition Féminine et aux droits des Femmes (MCFDF), des partenaires techniques : le Centre d'Entrepreneuriat et d'Innovation de l'Université Quisqueya (CEI), la Fondation Être Ayisyen (FEA); les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI); des Institutions de Microfinance (IMF); de femmes entrepreneurs et de groupements de femmes entrepreneures.

La coopération canadienne / CCHC

Le centre de coopération Haïti Canada est une structure d'appui et de gestion du programme de la coopération canadienne en Haïti. Son objectif est d'optimiser la mise en œuvre du programme de coopération canadienne. Le CCHC joue un rôle de fonctions- conseils dans le cadre du développement et de la mise en œuvre des projets financés par le gouvernement canadien. Le CCHC permet également la diffusion des informations, présente les interventions réalisées, les efforts de développement faits et les succès réalisés. L'expertise EFH dont dispose le CCHC assure le suivi des projets conformément au plan d'action EFH du MAECD. Dans le cadre du programme PANSEH, les mécanismes via lesquels la synergie avec le CCHC se fera sont :

- ✓ Participation à la table ronde du CCHC qui réunit les partenaires du secteur croissance économique sous financement canadien. Le MCFDF y participe généralement;
- ✓ Vidéo conférence (Projet + CCHC) incluant les experts au siège dans l'objectif de partager l'état d'avancement du projet en regard des objectifs prédéfinis;
- ✓ Partage des rapports des projets avec le CCHC. Transmission des commentaires des experts sectoriels aux équipes de projets en référence au cadre de mesure de rendement;
- ✓ Visite et mission de suivi (conjointe ou seule) de l'experte EFH sur le terrain pour voir sur le terrain l'opérationnalisation du projet;
- ✓ En matière de communication et de visibilité, les projets peuvent partager leur succès et réussites avec le service de communication de l'ambassade. Après évaluation, possibilité qu'ils soient partagés sur les réseaux sociaux via facebook et twitter;

38 L'établissement du diagnostic de la situation de l'entrepreneuriat féminin et de l'élaboration de la stratégie EFH du PANSEH

- ✓ L'experte EFH du CCHC sera invitée aux rencontres de la table EFH du PANSEH qui réunit les partenaires de mise en œuvre du projet.

Le Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI)

Le Ministère du commerce et de l'industrie (MCI) est le ministère technique auquel le PANSEH vient en appui pour la structuration de l'entrepreneuriat. Le MCI est en partie responsable de l'atteinte des objectifs du projet. Son mandat est de faciliter l'exécution du projet en veillant : à l'orientation des activités conformément aux objectifs poursuivis par le gouvernement et par DID (*alignement et harmonisation*), au respect des engagements pris dans l'entente gouvernementale et, à la présence d'un porteur de dossier (personne ou structure) responsable avec le PANSEH de la coordination, le suivi-évaluation des activités du programme (*responsabilité mutuelle*). La nature et la portée de l'assistance de DID au MCI ont déjà été fixées via l'implication dans l'élaboration du document de mise en œuvre du projet et l'approbation/validation du plan de travail annuel. Il s'agit de s'entendre maintenant sur les mécanismes et les stratégies effectives de pilotage, de coordination et de gestion en rapport avec les objectifs du programme (*Gestion axée sur les résultats*).

Le Ministère à la condition féminine et aux droits des femmes (MCFDF)

Le ministère à la Condition Féminine et aux Droits des Femmes (MCFDF) a pour mission de formuler et d'appliquer, d'orienter et de faire respecter la politique du gouvernement en œuvrant à l'émergence d'une société égalitaire pour ses composantes des deux sexes; d'orienter la définition et l'exécution des politiques publiques équitables à l'échelle nationale. Le PANSEH dans sa conception prévoit le développement et la mise en œuvre d'un volet EFH en adoptant une approche à la fois transversale et spécifique. De par son mandat, le MCFDF est l'organe indiqué pour assurer le suivi et l'atteinte des résultats en matière d'EFH. Son avis sera sollicité pour toute question relative à la stratégie EFH du projet. Le Ministère est partie prenante des principales structures/comités d'opérationnalisation de l'EFH dans le projet (Exemple : Table EFH du PANSEH). De son côté, le PANSEH participera aux travaux du sous-groupe de travail croissance économique de la table thématique genre.

Les partenaires techniques et les IMF

CEI, FEA, CCI. Les partenaires techniques présentent un profil et vivent dans des contextes différents et particuliers par conséquent, certains aspects doivent être pris en compte pour bien adresser les besoins non financiers des entrepreneur-e-s, notamment le type, le niveau et les modalités de l'accompagnement. Ces partenaires techniques doivent pouvoir démontrer une certaine ouverture et adaptabilité pour desservir efficacement cette clientèle spécifique en tenant compte du fait que :

- ✓ Les femmes entrepreneures ne sont pas uniquement dans les chefs-lieux des départements mais éparpillées dans les communes;
- ✓ Elles sont à la tête de très micro-entreprises qui génèrent des chiffres d'affaire très bas;
- ✓ Les partenaires pré-identifiés n'ont pas à date une habitude de travail avec ce profil d'entrepreneur-e-s. Le CEI s'adresse plus à un profil de professionnels cadres et universitaires; la FEA, aux jeunes, les CCI à une catégorie bien spécifique d'entrepreneur-e s dans chaque département;
- ✓ Beaucoup d'entrepreneur-es sont analphabètes, l'accompagnement pour développer les compétences nécessaires (*en planification, budgétisation, sens commercial, sens relationnel*) doit être spécifique car, généralement elles n'ont reçu aucune formation les habilitant à mieux intervenir dans le domaine de l'entrepreneuriat. De plus, leur trajectoire (scolaire, professionnelle, sociale) ne les a pas amenées à cultiver véritablement l'esprit d'entreprise. Certaines ont démarré leur initiative faute de trouver un emploi salarié ou en attendant de trouver mieux.

Les partenaires techniques retenus doivent pouvoir répondre aux besoins non-financiers des entrepreneur-e-s, entre autres : étendre leurs services d'accompagnement dans les zones d'intervention du programme; adapter leur approche et stratégie au profil des groupes cibles (niveau d'instruction et de formation); comprendre que des entrepreneures peuvent vouloir mais ne pas pouvoir (financièrement) opter pour le renforcement de leur capacité; susciter/transmettre l'esprit d'entreprise à celles qui en sont les plus aptes à le saisir.

En termes de stratégies, le PANSEH en collaboration avec les partenaires techniques tels CEI, FEA, CCI aura par exemple à: (i) mettre en place des mécanismes de coordination et de concertation; (ii) renforcer les capacités de ces partenaires et de leurs collaborateurs sur l'EFH; (iii) collaborer à la production d'études et recherches sur l'entrepreneuriat (y compris féminin) en Haïti (iv) faire la promotion de l'entrepreneuriat féminin et prévoir des mécanismes particuliers pour soutenir les projets en EFH et améliorer le positionnement des femmes entrepreneures dans les filières.

Les institutions financières. Un accès accru au crédit par les femmes entrepreneures est un enjeu important tant au démarrage que pour le développement de l'entreprise, les IF ont une responsabilité mais les femmes entrepreneures aussi. Des mécanismes spécifiques doivent être mis en place visant le renforcement de l'offre en produits et services financiers des IMF adaptées aux femmes. Il serait pertinent que le PANSEH considère les activités suivantes dans son mécanisme d'appui aux IF :

- ✓ Intégrer les critères EFH suivant dans la sélection des intermédiaires IMF :
 - Par exemple 1) déjà actives dans le marché des femmes détenant un fort pourcentage de sociétaires féminins ou 2) localisé près des marchés ou il y a beaucoup de femmes entrepreneures, 3) qui ont de l'intérêt et voit des opportunités à développer des affaires avec des femmes 4) détenant un personnel féminin ou masculin mais surtout attentif à s'adapter aux besoins spécifiques des femmes, etc) 5) qui sont flexibles à se déplacer pour rencontrer les femmes dans leur milieu de travail.
- ✓ *Contribuer à l'établissement de données EFH lors de la réalisation de diagnostics sommaires des IMF :
 - pour connaître le degré d'implication des IMF avec les femmes entrepreneures (nombre de comptes, volume d'épargne, nombre et volume de crédit, taux de remboursement, autres services, type d'entreprise sous forme de résultats générés, etc);
 - pour assurer un suivi de l'évolution des indicateurs EFH dans les IMF.
- ✓ S'assurer que les protocoles d'ententes avec IMF intègrent les objectifs EFH soit un nombre de crédit équivalent à 30% réalisés avec des femmes, les indicateurs et activités de sensibilisation et formation visant les gestionnaires et le personnel;
- ✓ Proposer aux IMF de réaliser une analyse de leur clientèle comparative des entrepreneurs hommes-femmes de leurs comportements et perceptions :
 - visant à développer une information pertinente et réaliste et à pouvoir suivre l'évolution durant le projet et enfin pour développer un argumentaire EFH adapté au contexte local, régional et national cela servira lors de la conception des modules de formations.
- ✓ Partager les résultats des analyses et sensibiliser les gestionnaires et principaux intervenants à EFH (réalité, défis et enjeux, etc) évaluer le niveau d'intérêt des IMF;
- ✓ Accompagner les gestionnaires des IMF dans la révision et/ou modélisation de produit ou de l'offre en termes d'approche visant le marché des femmes entrepreneures;
- ✓ Appuyer les IMF consentantes à lancer un produit crédit femmes entrepreneures;
- ✓ Développer des modules EFH de sensibilisation et de formation couvrant les différentes phases de renforcements des IMF visant les gestionnaires et le personnel notamment

les agents de crédit assurant la facilitation de l'accès au crédit par les femmes entrepreneures :

- phase de sensibilisation gestionnaires et du personnel;
 - phase révision et adaptation produit;
 - phase révision et adaptation politiques, pratiques, productivité, rentabilité et moyens de distribution;
 - phase formation à l'approche, attitude, qualité de réponse aux besoins (mise en situation);
 - phase accompagnement des femmes qui ont des crédits pour répondre aux besoins non financiers en comptabilité, conseils entreprise;
 - phase développement de marché de femmes, publicité, promotion.
- ✓ Accompagner les IMF dans leur promotion et développement des affaires avec les femmes entrepreneures incluant référencement aux CCI et PNSF qui le nécessitent.
 - ✓ Analyse des perceptions avec les participants formés avant et après la formation et/ou à la fin du projet.
 - ✓ Collaborer avec la Fédération des caisses populaires haïtiennes Le Levier pour la mise en place du Centre financier aux entrepreneurs (CFE) par une implication au niveau de l'analyse de marché afin que les femmes entrepreneures soient considérées et en contribuant dans le développement de produit et sensibilisation du personnel de manière similaire à l'appui offert aux IMF.

Évaluer la pertinence de travailler avec des IMF moins traditionnels mais fortement impliqués dans l'appui au financement de femmes entrepreneures par exemple FHAF, Fonkoze pour les appuyer à faire développer les projets individuels ou de groupe de femmes entrepreneures. Fonkoze par exemple a plus de 48 points de services, 2000 groupes solidaires totalisant 60,000 femmes mais seulement 315 crédits individuels.

Les entrepreneures et leurs structures de regroupement

Le PANSEH agira via les IMF pour répondre aux besoins financiers des entrepreneur-es et via des partenaires techniques précités pour répondre aux besoins non financiers. Toutefois il y a lieu d'effectuer des démarches de rapprochement avec les associations de femmes entrepreneures, à cet effet il est suggéré de (*voir document de projet*) :

- Mécanisme visant à financer jusqu'à 6 projets spécifiques³⁹ portés par des femmes directement ou à travers des associations de femmes. À cet effet, les activités suivantes seraient souhaitables :
 - Définir une base de données régionale des associations et organisations détaillant des critères : filière nombre, âge, actifs, CA;
 - Établir une grille de critères pour une sélection d'associations sérieuses pour définir des partenariats;
 - Établir des protocoles de partenariat;
 - Réaliser des formations adaptées aux besoins de chaque association;
 - Développer et animer des séances de sensibilisation pour susciter l'intérêt de développer des projets d'entreprise en petit groupe;
 - Faire un appel d'offres d'idées de projet et d'accompagnement prodigué par les PNSF;
 - Former un comité d'analyse de projets à privilégier dans les 4 départements pour réaliser un maximum de 6 projets;
 - Définir la situation de base des entités bénéficiaires et un cadre de suivi de leur avancement (indicateurs);
 - Mise en œuvre de politiques et procédures pour les projets;

³⁹ Mécanisme d'appui aux femmes entrepreneures (MAFE) doté d'une enveloppe budgétaire de 300 000 \$CAN

- Accompagner et suivre des projets dans leur mise en œuvre. Appuyer sous formes de fonds de garantie au moins 6 projets spécifiquement féminins dans le cadre d'une enveloppe dédié spécifiquement à la promotion de l'entrepreneuriat féminin 200 000 \$CAN.
- Mécanisme de développement et de référencement pour faciliter l'accès au crédit et l'accès aux services non financiers via les associations de femmes entrepreneurs (IF, CCI, etc) :
 - Élaborer de mécanisme de référencement de projets de femmes individuelles ou de groupes à des IMF ou aux (CCI).
 - Prévoir d'établir diagnostic de départ/ évaluation progressive (indicateurs de suivi qualitative et quantitative) pour les projets financés
 - Analyser l'opportunité d'offrir des commissions de référencement aux associations des femmes entrepreneures.
- Mécanisme 40 visant l'appui à la structuration d'une filière économique stratégique dont la majorité des acteurs sont des femmes où dont les impacts de cette filière sont au bénéfice des femmes entrepreneures :
 - Disposer d'une contribution financière de 150 000 \$CAN pour cette filière. (L'utilisation des fonds suivra celle prévue au Mécanisme d'appui aux filières.);
 - Identifier une filière où les femmes sont bien représentées :
 - Établir une grille de critères de sélection de filières: localisation, besoin, structuration, etc.;
 - Analyser la filière et évaluer l'opportunité d'entente avec un groupe ou association de femmes. (sel);
 - Sélectionner une 2^e filière au besoin.
 - Établir des politiques et procédures;
 - Mettre en place un comité d'analyse;
 - Assurer une description détaillée au début du projet et suivi par indicateurs.

1.8 Synthèse des parties prenantes et stratégies d'actions

Le tableau suivant, sans être exhaustif, présente à cette étape une synthèse des parties prenantes et des stratégies d'actions. Le plan d'action déclinera les axes, activités et sous-activités du programme.

Tableau 19 : Synthèse des parties prenantes et stratégies d'actions

PARTIES PRENANTES	STRATÉGIES D' ACTIONS
PANSEH	Stratégies internes : <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation des membres de l'équipe du projet;

⁴⁰ Mécanisme d'appui aux femmes entrepreneures (MAFE) une enveloppe budgétaire de 150 000 \$CAN est réservé pour appuyer une filière économique ayant un impact significatif sur les femmes entrepreneures.

<p>Faciliter la mise en œuvre du projet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Mécanismes d'échange sur EFH et développement d'argumentaires EFH;</i> • <i>Développement de grilles, d'outils (cadre de suivi);</i> • <i>Participation à la table EFH du PANSEH;</i> • <i>Atteinte des cibles EFH définis par le PANSEH.</i> <p>A titre indicatif, des éléments dénotant une sensibilité EFH qui pourront être inclus dans la stratégie de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assurer une présence du projet lors d'évènement portant sur le thème EFH • Assurer auprès de l'équipe du projet et des partenaires que la dimension EFH soit toujours pris en considération dans l'élaboration des activités du projet; • Objectif valoriser les femmes entrepreneures à succès: Site web/ communiqué de presse national/ régional /facebook, twitter; • Rendre disponible des études, une liste de programmes gouvernementaux; • Rôle de Vigie à assurer par rapport à la situation des femmes entrepreneures. • Concertation avec projet SYFAH (EFH)
<p>Partenaire gouvernemental : Le Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI)</p> <p>Mettre en place un cadre d'affaires favorable au développement de l'entrepreneuriat haïtien.</p> <p>Responsabilité <i>MCI : Ministère sectoriel tenu à prendre des mesures pour l'application de la politique nationale EFH / Contribuer à l'atteinte des objectifs du projet en EFH</i></p>	<p>Accompagner le MCI dans ses projets d'intégration de l'entrepreneuriat féminin dans les politiques et les actions du Ministère; Intégrer dans les préoccupations du MCI le volet EFH.</p>
<p>Les institutions financières</p> <p>Renforcement de l'offre en produits et services financiers;</p> <p>Responsabilité <i>IMF : Obligation de rejoindre à travers leurs produits et services autant la clientèle féminine que masculine</i> Contribuer à l'atteinte des objectifs du projet en EFH : Renforcement de l'offre en produits et services financiers aux femmes entrepreneures</p>	<p>Stratégies avec IF global</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Collaborer à l'intégration de critères EFH pour la sélection des intermédiaires IMF ✓ Contribuer à l'établissement de données EFH lors de la réalisation de diagnostics sommaires des IMF ✓ S'assurer que les protocoles d'ententes avec IMF intègrent les objectifs EFH soit un nombre de crédit équivalent à 30% avec des femmes ✓ Proposer aux IMF de réaliser une analyse de leur clientèle comparative des entrepreneurs hommes-femmes de leurs comportements et perceptions ✓ Partager les résultats des analyses et sensibiliser les gestionnaires et principaux intervenants à EFH, évaluer le niveau d'intérêt des IMF ✓ Accompagner les gestionnaires des IMF dans la révision et/ou modélisation de produit ou de l'offre en termes d'approche visant le marché des femmes entrepreneures ✓ Lancer un produit crédit femmes entrepreneure avec IMF consentante ✓ Développer des modules EFH de sensibilisation et de formation couvrant les différentes phases de renforcements des IMF ✓ Encourager les IF consentantes à lancer un produit crédit femmes entrepreneures. ✓ Accompagner dans la promotion et développement des affaires avec les femmes entrepreneures incluant référencement au PNSF pour les femmes entrepreneures qui le nécessitent. ✓ Analyse des perceptions avec les participants formés avant et après la formation et/ou à la fin du projet.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Collaborer avec la Fédération des caisses populaires haïtiennes Le Levier pour la mise en place du Centre financier aux entrepreneurs (CFE) afin que les femmes entrepreneures puissent avoir accès au crédit ✓ Évaluer la pertinence de travailler avec des IMF moins traditionnels mais fortement impliqués dans l'appui au financement de femmes entrepreneures par exemple Fonkoze pour les appuyer à faire développer les projets individuels ou de groupe de femmes entrepreneures Cette institution a plus de 48 points de services, 2000 groupes solidaires totalisant 60,000 femmes mais seulement 315 crédits individuels.
<p>Les partenaires du PANSEH : CEI, FEA, CCI</p> <p>Renforcement de l'offre en services non-financiers aux MPME</p> <p>Responsabilité : Structures par lesquelles l'essentiel des appuis techniques transiteront.</p>	<p>Stratégies avec partenaires (CEI, FEA, CCI)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en place une table EFH PANSEH qui réunit tous les partenaires. ➤ Identifier un porteur de dossiers EFH au niveau départemental. ➤ Renforcer les capacités des partenaires et de leurs collaborateurs sur l'EFH par des activités de sensibilisation et de formation, et plus spécifiquement au niveau des CCI : intégrer un module EFH dans le programme de formation des conseillers PSNF. ➤ Faire la promotion de l'entrepreneuriat féminin en collaborant à l'organisation d'évènements régionaux et prévoir des mécanismes particuliers pour supporter les projets en EFH pour améliorer le positionnement des femmes entrepreneures dans les filières. ➤ Élaborer des protocoles avec les CCI qui intégreront des mécanismes particuliers vis-à-vis la prestation de service des PSNF pour supporter les projets spécifiques élaborés EFH et pour pouvoir appuyer en divers occasions les associations de femmes entrepreneures.
<p>La Fédération des caisses populaires haïtiennes Le Levier.</p>	<p>Objectif : accroître l'accès des micros et petites entreprises au financement dont elles ont besoin et stimuler ainsi la création d'emplois et le développement économique local.</p> <p>Stratégie pour appuyer la mise en place d'un Centre financier aux entrepreneurs (CFE)</p> <p>Collaborer avec la Fédération des caisses populaires haïtiennes Le Levier pour la mise en place du Centre financier aux entrepreneurs (CFE) par une implication au niveau de l'analyse de marché afin que les femmes entrepreneures soient considérées et en contribuant dans le développement de produit et sensibilisation du personnel de manière similaire à l'appui offert aux IMF.</p> <p>Ce centre offrira des solutions d'affaires adaptées aux besoins précis de chaque entrepreneur, des conseils de spécialistes du secteur, des services de qualité et une plate-forme de ressources à laquelle faire appel en cas de besoin.</p>
<p>Les femmes entrepreneures.</p> <p>Les entrepreneur-e-s sont les bénéficiaires ultimes des appuis techniques et financiers.</p> <p>Il est de leur responsabilité de suivre le cheminement les habilitant à bénéficier des appuis du programme.</p>	<p>Le PANSEH agira via les IMF pour répondre aux besoins financiers des entrepreneur-es et via des partenaires techniques précités pour répondre aux besoins non financiers toutefois il y a lieu d'effectuer des démarches de rapprochement avec les associations de femmes entrepreneures, à cet effet il est suggéré de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mécanisme visant à financer jusqu'à 6 projets spécifiques portés par des femmes directement ou à travers des associations de femmes. À cet effet, les activités suivantes seraient souhaitables : <ul style="list-style-type: none"> ○ Définir une base de données régionale des associations et organisations détaillant des critères : filière nombre, âge, actifs, CA; ○ Établir une grille de critères pour une sélection d'associations sérieuses pour définir des partenariats;

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Établir des protocoles de partenariat; ○ Réaliser des formations adaptées aux besoins de chaque association; ○ Développer et animer des séances de sensibilisation pour susciter l'intérêt de développer des projets d'entreprise en petit groupe; ○ Faire un appel d'offres d'idées de projet et d'accompagnement prodigué par les PSNF; ○ Former un comité d'analyse de projets à privilégier dans les 4 départements pour réaliser un minimum de 6 projets; ○ Définir la situation de base des entités bénéficiaires et un cadre de suivi de leur avancement (indicateurs); ○ Mise en œuvre de politiques et procédures pour les projets; ○ Accompagner et suivre des projets dans leur mise en œuvre Appuyer sous formes de fonds de garanti à au moins 6 projets spécifiquement féminins dans le cadre d'une enveloppe dédié spécifiquement à la promotion de l'entrepreneuriat féminin 200 000 \$CAN. <p>➤ Mécanisme de développement et de référencement pour faciliter l'accès au crédit et l'accès aux services non financiers via les associations de femmes entrepreneurs (IF, CCI, etc) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Élaborer de mécanisme de référencement de projets de femmes individuelles ou de groupes à des IMF ou aux (CCI); ○ Prévoir d'établir diagnostic de départ/ évaluation progressive (indicateurs de suivi qualitative et quantitative) pour les projets financés; ○ Analyser l'opportunité d'offrir des commissions de référencement aux associations des femmes entrepreneurs. <p>➤ Mécanisme visant l'appui à la structuration d'une filière économique stratégique dont la majorité des acteurs sont des femmes où dont les impacts économiques de cette filière sont au bénéfice des femmes entrepreneurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Disposer d'une contribution financière de 150 000 \$CAN pour cette filière. (L'utilisation des fonds suivra celle prévue au Mécanisme d'appui aux filières.); ○ Identifier une filière où les femmes sont bien représentées; ○ Établir une grille de critères de sélection de filières: localisation, besoin, structuration, etc.; ○ Analyser filière PASAF et évaluer opportunité d'entente avec un groupe ou association de femmes. (sel); ○ Sélectionner une 2e filière au besoin; ○ Établir des politiques et procédures; ○ Mettre en place un comité d'analyse; ○ Assurer une description détaillée au début du projet et suivi par indicateurs.
<p>Actions inspirantes à l'intention entrepreneur-e-s</p> <p>(tirées de la revue de la littérature)</p>	<p>Les femmes entrepreneurs ont les mêmes problèmes et font face aux mêmes contraintes que les hommes entrepreneurs pour créer et développer leurs entreprises :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Faciliter l'accès de MPME aux ressources d'information, sur les produits de garantie, et la connaissance; ➤ Réalisation d'études/analyses dans les principaux domaines économiques (artisanat, tourisme); ➤ Information et communication. Faciliter l'accès à l'information des entrepreneurs et des MPME avec forte potentialité (Sur place, par téléphone, par courriel, site web,...); ➤ Formation et encadrement (Exemple : séminaires de formation dans les zones d'intervention du projet sur la façon de démarrer et développer sa propre entreprise, préparation de plan d'affaire pour aider les entrepreneurs a augmenter les possibilités d'obtenir un crédit / accompagnement pour remplir les formalités d'enregistrement des entreprises) ; formation et renforcement des capacités pour les organisations de soutien aux entreprises; <p>✓ Organisation de cours de formation à l'entrepreneuriat particulièrement pour les femmes socialement vulnérables;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Financement/suivi. Financement d'entreprises créées et développées par les femmes dans les zones rurales. Financement d'entreprise et suivi du financement dans différents secteurs. Assistance technique et financière à de startups de femmes; ✓ Incubateurs et pépinières d'entreprise. Mise en place d'incubateur d'entreprises. Subvention/achat de matériels et équipement nécessaire au travail ; développement de pépinières d'entreprises pour lesquels des présentations, des formations et des consultations sont organisées; ✓ Autonomisation économique des femmes. Impliquer les femmes entrepreneures, les potentielles entrepreneures, les organisations de femmes dans la réflexion sur l'identification de mécanismes efficaces pour la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale; ✓ Stimuler la participation des femmes dans le domaine entrepreneurial en renforçant leurs capacités à concevoir et mettre en œuvre des projets de développement sociaux et économiques; ✓ Développement de modules de formation. Exemple : Planification; Gestion des ressources humaines et législation du travail; Comptabilité /finance/gestion financière; marketing; techniques de vente efficaces. Evaluation des résultats des formations (Enquêtes); ✓ Service de consultation (expertise) dans divers domaines (gratuit ou subventionnés) où évoluent les entrepreneures; ✓ Établir un portail ou un centre d'information d'intérêt pour les femmes propriétaires d'entreprises. Web/ internet. Site internet pour faciliter l'accès à l'information nécessaire pour les activités entrepreneuriales. Partage d'événements et d'informations utiles. .Portail permettant aux visiteurs d'accéder des informations clés sur par exemple : comment démarrer et développer sa propre entreprise, les appuis existants (institutions) démarrer et développer sa propre entreprise ; les nouveautés dans le domaine, conditions d'obtention d'une garantie, les partenaires et les réussites, les réponses aux questions que se posent les entrepreneures, les personnes ressources etc.; ✓ Réseautage. Réseau regroupant les organisations de soutien aux entreprises et qui offre des services tels : organisations d'événements, plateforme / forum de discussion entre entrepreneurs, transfert de technologie, création de partenariat. Réseau impliquant les organisations de soutien des PME (<i>agences de développement de l'entrepreneuriat, les PME représentant les organisations, pépinières d'entreprises, les chambres de commerce et d'industrie, ainsi que des experts provenant des universités et entreprises dans le domaine du soutien aux entreprises</i>). Création (+ maintien) d'un réseau pour les femmes entrepreneurs; ✓ Faciliter l'échange d'expériences et de bonnes pratiques dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin;
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concours en entrepreneuriat. Organisation / Participation à des concours sur l'entrepreneuriat avec comme prix possibilités de démarrage d'une entreprise ; Organisation d'évènements thématiques autour du développement de l'entrepreneuriat ✓ Fonds de garantie des crédits pour les MPME / répartition des garanties par domaine d'activités /diversification des produits de garantie/ consultation sur les produits de garantie ✓ Activités de sensibilisation pour promouvoir les produits de garantie ✓ Information/visibilité. Élaboration et diffusion de documents informatifs / dépliants lors d'évènements (forum, séminaires, tables rondes...). Ces documents pourront porter sur : Processus de démarrage/développement d'entreprises, « succès stories », référence organismes d'appui à l'entrepreneuriat, programmes et projets sur l'entrepreneuriat, informations sur les possibilités d'accès à des projets de développements etc. Publication d'articles dans les magazines, journaux locaux/nationaux, sites spécialisés, affiches. Augmenter le degré de visibilité des entreprises dirigées par des femmes.
--	---

CONCLUSION ET AXES D'INTERVENTION

En conclusion, les Ministères, particulièrement MCI, MARNDR, Ministère du tourisme, MCFDF; les partenaires techniques et financiers; les organismes de la société civile ont pris des mesures pour encourager la création et le développement d'entreprises. Il reste toutefois que ces actions et mesures sont limitées dans leur portée et n'ont un impact significatif visible. Ces initiatives, ne sont pas suffisamment axées sur la recherche de solutions aux contraintes réelles (financier, légale, environnementale, etc.) des entrepreneures ou des potentiels entrepreneurs. Il manque de réelles stratégies de promotion de l'entrepreneuriat féminin.

Le PANSEH entend soutenir l'entrepreneure et s'est dotée à cette fin d'une stratégie EFH suivant une approche à la fois transversale et spécifique. La prise en compte de l'EFH dans cette logique ne se limitera pas à des actions touchant spécifiquement les femmes mais sera effective dans toutes les interventions du projet. Les actions du programme seront déclinées dans le plan d'action (Voir plan d'action en annexe) à partir des objectifs et axes d'interventions suivantes :

Objectif 1 : Animer un processus de transfert de connaissance en matière d'EFH (interne / externe)

✓ **Axe 1**: Renforcement des capacités.

Objectif 2 : S'assurer de la mise en œuvre d'interventions soucieuses d'équité entre hommes et femmes

✓ **Axe 2**: Produits et services financiers.

✓ **Axe 3**: Produits et services non financiers.

✓ **Axe 4**: Filières et projet.

Objectif 3 : Faciliter la mise en place d'espace de partage de connaissances et d'expériences en EFH

✓ **Axe 5**: Partenariat et réseautage.

✓ **Axe 6**: Communication / Visibilité.

Le projet se dotera d'un cadre logique sensible à l'EFH. En effet, par rapport aux objectifs, résultats et activités, des indicateurs EFH objectivement vérifiables seront définis de même que le programme

se donne les moyens de vérification. Il y aura d'un côté, pour l'ensemble du programme des indicateurs désagrégés par sexe et de l'autre côté, des indicateurs spécifiques pour mesurer : la réduction des inégalités entre les femmes et les hommes, l'amélioration de la capacitation des femmes, l'amélioration de la participation des femmes dans la prise de décision et dans l'action. (Reference : *Cadre logique sensible au genre à ajuster à partir du cadre logique du programme*).

BIBLIOGRAPHIE

Bahja Amrhar, Louis Jacques Filion (dir.) (2011) « L'entrepreneurship féminin : essai de conceptualisation », cahier de recherche No 2001-04.

BANQUE MONDIALE (2000). *Combattre la pauvreté, Rapport sur le développement dans le monde 2000-2001*. Banque mondiale, Washington D.C.

Banque Mondiale (2013). *Renforcer la compétitivité et promouvoir la diversification En Haïti - Étude diagnostique sur l'intégration du commerce*. Banque mondiale.

Bénédictine PAUL, Alix DAMEUS, Lionel FLEURISTIN. Le développement de la microfinance en Haïti : un bref aperçu historique. *Revue Recherche Étude et Développement*, vol. 5, numéro 1.

Bourdieu Pierre (1980). Le capital social. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 31, janvier. Le capital social. pp. 2-3. url :/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1980_num_31_1_2069. Consulté le 12 août 2015.

CAYEMITTES, M. ET AL. (2013), *Enquête mortalité, morbidité et utilisation des services EMMUS-V*. République d'Haïti. Ministère de la santé publique et de la population (MSPP).

Fatoumata Traoré (2008). *Rôle du capital social dans le bien-être des femmes en Afrique Subsaharienne : le cas de Conakry en Guinée*. Thèse de doctorat, Université Laval, Québec.

Fédération des Caisses Populaires Le Levier (2013). Rapport annuel 2013-2014.

Herrera, J, Lamaute-Brisson, N., Milbin, D. Roubaud, F, Saint-Macary, C., Torelli, C, Zanuso, C.. (2014). L'Evolution des conditions de vie en Haïti entre 2007 et 2012. La réplique sociale du séisme. IHSI, DIAL, Paris, Port-au-Prince.

Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI) (2007), Enquête sur l'emploi et l'économie informelle (EEEI) : premiers résultats de l'Enquête emploi (phase 1), Port-au-Prince.

Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI) (2010). Enquête sur l'Emploi et l'Économie Informelle (EEEI -2007). Haïti.

Léane Chéry & Claire Nicole Lebrun (2015). État des lieux EFH (document interne). CCHC/Haïti.

Lhermite François, (2011). *Recensement sur l'Industrie de la Micro-Finance en Haïti*. Strategic Management Group (SMG).

Lhermite François, Président Directeur Général du Strategic Management Group (SMG). Actes du colloque sur la micro finance, L'évolution du secteur de la microfinance en Haïti ».

M. Charles CASTEL, Gouverneur de la Banque de la République d'Haïti. Actes du colloque sur la micro finance, L'évolution du secteur de la micro-Finance en Haïti ».

MAECD (Ministère des Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada). (1997). *Des programmes efficaces — Notes techniques, Direction générale des politiques, MAECD, 1997*.

MAECD (Ministère des Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada). Politique en matière d'égalité entre les sexes. Consultation en ligne. <http://www.international.gc.ca/development-developpement/priorities-priorites/ge-es/policy-politique.aspx?lang=fra>.

MCFDF (Ministère à la condition féminine et aux droits des femmes) (2014). Plan d'action national d'égalité Femmes Hommes (2014-2020).

MCFDF (Ministère à la condition féminine et aux droits des femmes) (2014). Plan d'action national d'égalité Femmes Hommes (2014-2020). Éditions Kiskeya Publishing Co. Presses Nationales –Haïti.

MCFDF (Ministère à la condition féminine et aux droits des femmes) (2014). Politique d'égalité Femmes Hommes (2014 -2034). Éditions Kiskeya Publishing Co. Presses Nationales –Haïti.

Ministère de l'Agriculture des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR) (2012). Recensement Général de l'Agriculture (RGA) 2008-2009/ Synthèse nationale des résultats.

Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI) (2014). Rapport du recensement des entreprises. 2012-2013.

Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI) (2010). Actes du colloque sur la Micro –finance. 8-29 Septembre 2009, Karibe Convention Center, Port-au-Prince, Haïti

Mireille Neptune Anglade (1986). L'autre moitié du développement – A propos du travail des femmes en Haïti. Editions des Alizés.

Nathalie Brisson Lamauthe « Enquête auprès des ménages en Haïti et perspectives de genre 1999-2005 ». Division de la promotion de l'égalité des sexes. Santiago du Chili. Mars 2012.

Noëlle Terpend (1997). Revue et Collection «Aliments dans les villes» Guide de l'approche filière. FAO.

OCDE (2011), « Indicateurs de l'entrepreneuriat et registres d'entreprises : importance de la comparabilité internationale », dans Panorama de l'entrepreneuriat 2011, Éditions OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264097735-3-fr>

PUTNAM, D. Robert (2000) Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon Schuster.

Rwenge Mburano Jean-Robert, Njeri Kinyanjui, et Maina Lucy (2013). *Facteurs Explicatifs de l'Entrepreneuriat Féminin en Afrique SubSaharienne : Cameroun et Kenya.* Rapport de Recherche du FR-CIEA N° 66/13.

SCHWARTZ T., Y.F. PIERRE ET E. CALPAS (2011) Building Assessments and Rubble Removal in Quake-Affected Neighborhoods in Haiti. BARR Final Survey Report. Released May 13.

USAID. Évaluation du secteur de la micro finance en Haïti en 2014- PHARE- VIEW 2015.

Développement international Desjardins (DID) est un **leader mondial** dans le déploiement et le renforcement de la finance inclusive dans les pays en développement et en émergence.

Notre compétence repose sur l'expérience plus que centenaire du Mouvement Desjardins, le premier groupe financier coopératif du Canada et le cinquième dans le monde.

Nous nous inspirons des meilleures pratiques expérimentées au fil des collaborations avec nos nombreux partenaires pour appuyer la création, la croissance et le renforcement d'institutions financières et soutenir ainsi le développement d'un patrimoine individuel et collectif.

Expert-conseil et investisseur, DID se distingue par son expertise pointue dans les champs suivants :

- Mobilisation de l'épargne
- Financement agricole
- Solutions technologiques
- Financement de l'entrepreneur
- Investissements
- Formation
- Performance sociale
- Surveillance
- Égalité entre les femmes et les hommes
- Gouvernance
- Finance verte

Résolument tourné vers l'avenir, DID met à contribution tous ses talents afin d'élargir l'accès aux services financiers pour les populations des pays en développement et en émergence. Ensemble, nous créons l'avenir. C'est notre ultime raison d'être.

www.did.qc.ca



Desjardins

Développement international

59, avenue Bégin, Lévis (Québec) G6V 4C3
Tél. : (418) 835-2400 | Téléc. : (418) 833-0742
Courriel : info@did.qc.ca