

# Genre et égalité dans les marchés publics

## 11 mars

Sophia Muradyan

Spécialiste senior du secteur privé

Pôle mondial d'expertise en finance, compétitivité et innovation



**GROUPE DE LA BANQUE MONDIALE**

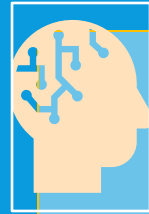
# QUEL EST LE POINT DE VUE DES PME APPARTENANT À DES FEMMES SUR LES MARCHÉS PUBLICS ? CAS DU SÉNÉGAL

- ❑ Le fonds multidonateurs de l'Initiative de financement en faveur des femmes entrepreneures (WeFi) vise à surmonter les contraintes financières et non financières auxquelles sont confrontées les petites et moyennes entreprises (PME) dirigées par des femmes.
- ❑ Au Sénégal, l'Initiative WeFi finance le projet « Faciliter l'accès aux marchés publics pour les PME appartenant à des femmes »
- ❑ Le projet apporte un soutien, d'une part, à l'intégration de la dimension genre dans les marchés publics (en étroite collaboration avec le régulateur) et, d'autre part, au renforcement des capacités des PME dirigées par des femmes en matière de marchés publics et de compétences managériales.
- ❑ Il a mené une enquête entre février et juillet 2020 auprès d'un échantillon représentatif de 1200 entreprises admissibles aux marchés publics.
- ❑ L'objectif était de comprendre les caractéristiques des entreprises, leur connaissance et leur participation aux marchés publics, les contraintes auxquelles elles sont confrontées et l'accompagnement dont elles ont besoin.

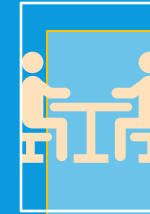
# 4 DOMAINES CLÉS POUR LESQUELS DES DONNÉES ONT ÉTÉ COLLECTÉES

## Principales caractéristiques des PME féminines au Sénégal

- **Très petites** (80 % - entrepreneures individuelles)
- **Relativement jeunes** (48 % - moins de 10 ans, 20 % - entre 10 et 15 ans)
- Concentrées dans les **grandes agglomérations urbaines** (plus de 70 % des PME féminines sont à Dakar et Thiès)
- Plus de 40 % des PME féminines opèrent dans le **commerce**, puis la **transformation** (20 %) et les **services à la personne** (15 %), suivis de l'hébergement, de l'agriculture et des TIC.



Connaissance des marchés publics



Participation aux marchés publics



Défis liés à la passation des marchés



Caractéristiques des marchés publics

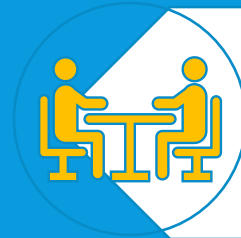
# PRINCIPALES CONCLUSIONS



La connaissance des marchés publics est plus faible chez les femmes que chez les hommes  
Elle est également plus ténue chez les petits entrepreneurs et dans les secteurs où opèrent la majorité des PME féminines (c'est-à-dire commerce, services à la personne).



La plupart des PME féminines n'ont jamais concouru pour des marchés publics en raison d'un manque d'information, notamment dans les journaux, leur principale source d'information avant Internet et leurs réseaux  
Un autre défi majeur est le faible accès au financement, où les PME féminines sont à nouveau en retard par rapport à leurs homologues masculines



La corruption, les retards importants de procédure et de paiement ainsi qu'un cadre réglementaire inadéquat sont considérés comme des obstacles majeurs à la participation, et plus encore par les PME féminines

La procédure de candidature est peu connue des PME féminines



Les contrats de biens et de services sont les plus courants parmi les entreprises qui ont déjà sollicité ou remporté des marchés publics,

bien que ces contrats soient moins importants en termes de valeur contractuelle que les travaux.

# POINTS CLÉS À RETENIR

- Les gouvernements devraient rendre le cadre réglementaire des marchés publics plus adéquat par rapport aux besoins et aux caractéristiques des PME, et garantir l'efficacité et la transparence du système de passation et de gestion des marchés publics.
- Cependant, la réforme de la réglementation à elle seule ne suffit pas!
- Un système de passation des marchés publics inclusif dépendra également du renforcement de l'accès à l'information et des capacités des PME féminines, afin de faciliter leur compétitivité et leur productivité
- Il est également important de sensibiliser les PME féminines opérant dans les secteurs traditionnellement dominés par les hommes pour permettre à ces PME d'accéder à des opportunités de marché plus rentables (p. ex., les travaux).
- Les partenariats avec les associations professionnelles et les organisations de la société civile sont essentiels pour la sensibilisation et la collaboration avec les PME féminines et les familles de leurs promotrices, comme les campagnes visant à sensibiliser leurs maris, lesquelles jouent souvent un rôle dans le processus décisionnel des entreprises.