

## OUTIL 2.8

### Note d'orientation sur les entreprises appartenant à des femmes et la passation de marchés dans les villes

- » **OBJECTIF** : Fournir des conseils aux villes sur la manière de diversifier les marchés publics du point de vue du genre et de doper la croissance, tout en soutenant l'épanouissement des entreprises féminines locales dans la municipalité
- » **UNITÉS CIBLES** : Responsables des villes, services municipaux chargés de la passation de marchés

Les marchés publics représentent approximativement un cinquième du produit intérieur brut mondial, mais les entreprises appartenant à des femmes n'obtiennent qu'environ 1 % de ces marchés<sup>35</sup>. Dans les pays émergents, la part de la passation de marchés publics dans le PIB est encore plus élevée (autour de 30 %). Les marchés publics sont donc un outil puissant dont disposent les administrations publiques et les autorités municipales pour accélérer une croissance économique inclusive et pour réduire les disparités entre les genres sur le marché du travail, tout en tirant parti des avantages que procure la présence de fournisseurs diversifiés comme cela est indiqué ailleurs dans cette suite d'outils.

Les études menées par la Banque mondiale indiquent que les entreprises appartenant à des femmes sont prédominantes dans le secteur des petites et moyennes entreprises, où elles représentent à peu près 40 % du marché. Diriger l'aide vers ce secteur constitue donc déjà en soi un indicateur utile du renforcement de l'aide aux entreprises appartenant à des femmes. Compte tenu de l'importance des petites entreprises dans la création d'emplois, les villes qui adoptent cette approche peuvent efficacement tirer parti de leurs processus d'approvisionnement pour doper la croissance économique locale, créer davantage d'emplois et, à terme, générer plus de recettes fiscales. Assurer l'inclusion des femmes est essentiel pour réaliser les gains économiques qui découlent de la diversification des systèmes de passation de marchés urbains. Il est important de noter que les lois locales ou les cadres juridiques nationaux peuvent interdire aux villes d'appliquer des politiques d'accès préférentiel au profit des entreprises appartenant à des femmes ou à des minorités. Dans d'autres pays tels que l'Afrique du Sud, par exemple, c'est l'inverse qui peut se produire : des mesures juridiques peuvent contraindre les administrations municipales à appliquer une discrimination positive afin de remédier aux désavantages économiques subis par les groupes depuis toujours marginalisés. Cependant, même en l'absence de politiques d'accès préférentiel, les villes ont encore la latitude de prendre plusieurs mesures susceptibles d'améliorer la diversification des marchés publics.

<sup>35</sup> Groupe de la Banque mondiale, *Benchmarking Public Procurement 2016: Assessing Public Procurement Systems in 77 Economies*, 2016.

## Approches que pourraient adopter les villes

### 1. Création d'une base de données

Pour concevoir des interventions appropriées et fixer des cibles réalistes afin d'améliorer la situation, les villes doivent commencer par évaluer leurs performances actuelles en matière d'approvisionnement. L'**OUTIL 2.2** fournit un instrument d'autoévaluation complet que les entreprises municipales peuvent adapter afin de recueillir des données. Les villes devraient s'inspirer de l'outil pour se poser les principales questions suivantes :

- Où les entreprises s'enregistrent-elles en tant que fournisseurs potentiels pour les marchés municipaux ? L'enregistrement se fait-il en ligne, ou en présentiel dans un bureau, ou par l'intermédiaire d'une organisation tierce ? Dans quelle mesure le processus est-il accessible aux micro-, petites et moyennes entreprises ?
- Votre ville exige-t-elle/ permet-elle aux entreprises de s'identifier comme appartenant à des femmes et, dans l'affirmative, quels sont les critères utilisés ? La ville distingue-t-elle les entreprises appartenant à des femmes des entreprises qui emploient majoritairement des femmes ?
- Existe-t-il des mesures incitatives ou des avantages pour les entreprises appartenant à des femmes (autrement dit, les entreprises féminines bénéficient-elles de contrats préférentiels) ?
- Quels sont les principaux obstacles auxquels les entreprises appartenant à des femmes sont confrontées en zone municipale ? Quelles sont les organisations qui aident à répondre à ces besoins et dans quels domaines des lacunes subsistent-elles ?
- Où et sur quelles plateformes les marchés municipaux sont-ils publiés ? Toutes les offres et tous les marchés attribués sont-ils accessibles au grand public en ligne ?
- Quels sont le nombre et le pourcentage d'entreprises fournisseuses appartenant à des femmes enregistrées dans les bases de données municipales ?
- Quelle est la valeur actuelle absolue en dollars et quel est le pourcentage des contrats municipaux attribués chaque année à des entreprises appartenant à des hommes et à des femmes respectivement ?

### 2. S'attaquer à l'asymétrie de l'information

L'une des principales raisons de la faible proportion d'entreprises féminines dans les dépenses d'approvisionnement est l'asymétrie de l'information, c'est-à-dire le fait qu'elles ignorent tout des marchés offerts et de la manière de soumissionner. Les villes doivent s'employer activement à rechercher des entreprises féminines et à aider à en enregistrer davantage dans leur base de données municipale, dans l'idéal en travaillant avec des partenaires locaux de confiance, tels que des associations professionnelles ou des ONG qui ont déjà des liens avec des entrepreneures. Dans certaines villes telles que Charlotte aux États-Unis, par exemple, les autorités municipales ont investi dans la formation du personnel municipal afin de l'amener à rechercher plus activement les PME locales et à les aider à s'enregistrer dans la base de données des marchés publics<sup>36</sup>. Les obstacles à l'entrée des entreprises qui souhaitent s'enregistrer comme fournisseurs pour soumissionner aux marchés municipaux devraient être aussi faibles que possible, afin que les micro-entreprises puissent également participer aux appels d'offres qui les intéressent.

<sup>36</sup> Elizabeth Reynoso et Kristen Scheyder, ["Five Cities that are Buying into Equity,"](#) Living Cities, 2017.

### 3. Définir des critères sexospécifiques et/ou une certification pour les entreprises appartenant à des femmes

La collecte de données sexospécifiques sur la main-d'œuvre auprès des entreprises soumissionnant pour des marchés publics peut être un moyen utile pour les villes de mesurer l'impact de la passation de marchés sur l'emploi indirect et de faire comprendre aux fournisseurs que l'inclusion des femmes est une priorité municipale, encourageant ainsi ces derniers à recruter plus de femmes sans faire explicitement de la performance liée au genre un critère d'évaluation des offres. Au Chili par exemple, *ChileCompra*, l'organisme public chargé des plans d'action en matière de genre dans la passation de marchés a lancé en 2015 le programme de certification des entreprises fournisseuses appartenant à des femmes, *Sello Empresa Mujer*, pour aider les entités adjudicatrices à identifier les entreprises dirigées par des femmes, ainsi que celles dont la main-d'œuvre est composée à plus de 50 % de femmes. La certification peut être demandée comme critère d'évaluation à inclure dans les dossiers d'appel d'offres ou pour démontrer l'impact social lors des soumissions de gré à gré pour des contrats d'un montant inférieur à 700 dollars. Couplé à d'autres mesures telles que l'offre de formations, la formation d'associations féminines et des réformes réglementaires, le programme chilien a enregistré des résultats impressionnants. La proportion des femmes participant au système de passation de marchés publics a atteint 36,5 % en 2016, ce qui correspond à plus de 21 345 femmes qui soumissionnent, proposent des modalités contractuelles ou reçoivent des bons de commande. À titre de comparaison, aux États-Unis, les entreprises appartenant à des femmes obtiennent moins de 5 % des contrats fédéraux<sup>37</sup>.

### 4. Formation, mentorat et réseautage

Pour soutenir activement les fournisseuses et constituer une réserve d'entreprises féminines plus florissantes, les villes peuvent mettre en œuvre des programmes supplémentaires. Une formation couvrant des sujets tels que le leadership, la gestion financière, le renforcement de la confiance en soi et le marketing peut proposer des compétences directes aux entrepreneurs participants, tout en leur offrant l'avantage d'une certification par un programme de formation agréé par la ville. En outre, les entrepreneurs peuvent se mettre en réseau — physiquement ou virtuellement — avec d'autres petites entreprises participantes, ce qui pourrait se traduire par des partenariats, induire un soutien collégial et d'autres formes de collaboration utiles permettant de mettre en évidence le rôle que les femmes jouent dans les marchés publics. Les villes peuvent également envisager un programme de mentorat ; il s'agit là d'un autre volet positif de l'approche adoptée au Chili où les fournisseurs participants ont reçu une assistance personnalisée pour les aider à accroître les possibilités d'affaires avec l'État. Le programme s'est appuyé sur une méthodologie de « mentorat de groupe », appliquée par un expert en *coaching* entrepreneurial. L'objectif était de développer et de renforcer les compétences personnelles et interpersonnelles d'une manière qui puisse induire des effets positifs sur les relations commerciales des participants avec l'État<sup>38</sup>. Pendant ce temps, dans la ville américaine de Houston, le ministère des Travaux publics et de l'Ingénierie a institué un programme de mentorat-protégé qui incite des entrepreneurs en ingénierie urbaine performants à nouer des relations avec des entreprises sous-traitantes. L'objectif est de faire passer les entreprises détenues par des femmes et par des entrepreneurs de couleur du statut de sous-traitant à celui d'entrepreneur principal. Les entreprises assurant le mentorat aident leurs protégés à acquérir de nouvelles compétences, à apprendre de nouvelles pratiques commerciales et à renforcer leurs offres sur les projets<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> Chatham House, [Gender-Smart Procurement Policies for Driving Change](#), 2017.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Living Cities, ["Four Innovative Procurement Tactics Cities are Using to Increase Equity,"](#) 2017.

## 5. Présenter des études de cas d'initiatives réussies pour encourager une plus grande participation des femmes

Afin de présenter l'expérience des femmes entrepreneures aux acheteurs et au grand public, les villes peuvent concevoir des campagnes d'information destinées à diffuser les succès des fournisseuses. Ce faisant, non seulement les villes encouragent plus d'entrepreneures à soumissionner pour des marchés publics, mais elles ont aussi la possibilité de faire connaître plus largement l'éventail de programmes et d'initiatives qu'elles ont mis en place pour uniformiser les règles du jeu.