

3

La place des entreprises dirigées par des femmes dans le commerce international

Les entreprises dirigées par des femmes sont moins susceptibles d'exporter vers les marchés étrangers que celles dirigées par des hommes. Cet écart de genre à l'export implique que les PME dirigées par des femmes ne sont pas en mesure de profiter de la même manière des avantages du commerce international en termes d'échelle et de productivité. Ce chapitre examine ce phénomène à l'aide de données provenant de près de 10 000 entreprises interrogées sur Facebook. Les résultats montrent que le secteur et la taille de l'entreprise contribuent à l'écart de genre à l'export, sans en être l'unique raison, et révèlent également d'autres variations sexospécifiques dans le comportement à l'exportation. Le chapitre se penche également sur les défis auxquels les femmes entrepreneurs sont confrontées lorsqu'elles exportent et sur les leviers politiques et programmes que les gouvernements peuvent utiliser pour soutenir les femmes dans le commerce.

En bref

- Les échanges internationaux sont l'un des principaux moteurs de la croissance économique. Les entreprises prenant part à des échanges internationaux ont tendance à être plus productives, dans la mesure où elles peuvent élargir leurs marchés et augmenter leurs ventes grâce aux exportations, mais aussi réduire leurs coûts et améliorer leurs technologies grâce aux importations. Les PME exportent toutefois moins que les grandes entreprises, notamment en raison des coûts fixes, des connaissances nécessaires et des risques associés à l'accès aux marchés internationaux.
- Une enquête réalisée auprès des entreprises des pays de l'OCDE ayant une présence sur Facebook révèle que seules 11 % des PME dirigées par des femmes ont une activité d'exportation en 2022, contre 19 % dans le cas des entreprises dirigées par des hommes. Les entreprises dirigées par des femmes sont généralement plus petites que les entreprises dirigées par des hommes, mais aussi plus susceptibles d'être orientées vers les services, lesquels font moins l'objet d'échanges. Ces deux facteurs font que les entreprises dirigées par des femmes exportent moins que les entreprises dirigées par des hommes. Toutefois, environ un tiers de cet écart entre les genres en matière d'exportation ne peut être expliqué par le secteur ou la taille des entreprises, et laisse donc penser qu'une partie de cette disparité peut être attribuée à des différences liées au genre, par exemple du fait de préjugés inconscients ou de normes sociétales.
- Même si les PME dirigées par des femmes exportent moins de manière générale, dès qu'elles commencent à exporter elles le font à un niveau identique à celui des PME dirigées par des hommes en termes de proportion des ventes réalisées à l'échelle mondiale. Il peut également exister des différences de genre dans la décision de participer aux marchés internationaux. Par conséquent, l'adoption de politiques visant à aider les entreprises dirigées par des femmes dans leurs efforts pour devenir des entreprises exportatrices (p. ex., mesures en faveur de la diffusion d'informations sur les marchés, du développement de marque, de la relation client, des partenariats commerciaux ou encore de la familiarisation aux réglementations douanières nationales et internationales) peuvent contribuer à réduire l'écart de genre en matière d'exportation.
- On observe également des différences entre les genres en matière d'importation. Ainsi, 15 % des entreprises dirigées par des hommes ont une activité d'importation, contre 11 % des entreprises dirigées par des femmes. Encore une fois, cet écart ne s'explique qu'en partie par la taille et le secteur des entreprises concernées. Dans la mesure où elles sont plus enclines à importer, les entreprises dirigées par des hommes tirent davantage parti des avantages induits par ces échanges en termes de baisse des coûts et d'amélioration des technologies, même si elles deviennent par là même également plus vulnérables aux perturbations soudaines de la chaîne d'approvisionnement sur les marchés nationaux et mondiaux, comme lors de la crise du COVID-19.
- La pandémie de COVID-19 a mis en évidence l'importance du commerce électronique, dont les échanges transfrontaliers numériques. Les entreprises dirigées par des femmes ont adopté des nouvelles technologies dans une plus large mesure que les entreprises dirigées par des hommes dès le début de la pandémie. En effet, bien qu'en 2019 une part identique des entreprises dirigées par des femmes et des entreprises dirigées par des hommes aient réalisé au moins un quart de leur ventes en ligne (43 % et 40 % respectivement), en 2022 ces parts

sont passées à 53 % et 44 %. Un nombre supérieur de femmes dirigeantes d'entreprise ont en outre indiqué vouloir poursuivre ces activités en ligne. Compte tenu de l'importance des ventes en ligne et de l'engagement dans le commerce international, l'un des moyens efficaces de faciliter les échanges est de garantir un accès aisé et abordable à l'internet, y compris dans les zones rurales et isolées.

- L'accès au financement, y compris au financement des échanges, est une difficulté bien connue à laquelle peuvent se heurter les femmes dirigeantes d'entreprise. Sur l'ensemble des entreprises interrogées, 12 % des entreprises dirigées par des femmes sont actuellement bénéficiaires d'un prêt bancaire, contre 20 % des entreprises dirigées par des hommes. Des travaux complémentaires ont révélé que les entreprises appartenant à des femmes étaient confrontées à un taux de refus 50 % supérieur à celui des entreprises appartenant à des hommes en cas de demande de financement des échanges classique. Les femmes sont par conséquent davantage susceptibles de recourir à des solutions de financement alternatif que les hommes dirigeants d'entreprise (respectivement à hauteur de 41 % et 35 %). Plusieurs pays ont préaffecté des fonds d'investissement aux entreprises dirigées par des femmes ou leur ont réservé certains mécanismes de prêt. D'autres prévoient des garanties de prêt dont l'accès est facilité pour les femmes dirigeantes d'entreprise. D'autres encore proposent des formations afin d'améliorer leurs argumentaires d'investissement ou leurs compétences financières et de comptabilité.
- Dans la mesure où les PME ont tendance à limiter leurs échanges internationaux en raison des coûts fixes inhérents à l'entrée sur les marchés mondiaux, ce sont elles qui tirent le plus parti des réformes de facilitation des échanges. De nombreux pays de l'OCDE ont réalisé d'importants progrès dans la simplification des procédures et dans la réduction des retards aux frontières. Ces avancées bénéficient tout spécialement aux entreprises dirigées par des femmes dans la mesure où celles-ci sont généralement plus petites. Par ailleurs, l'automatisation des procédures aux frontières limite non seulement les risques d'inégalité de traitement envers les femmes exportatrices lorsque leur présence est requise aux postes frontières, mais permet aussi une accélération des procédures douanières, un point particulièrement important pour les femmes dont le temps est plus limité du fait des responsabilités familiales non rémunérées qu'elles doivent assumer.
- Dans la mesure où les entreprises dirigées par des femmes ont tendance à moins exporter, même lorsque sont pris en compte la taille des entreprises et leur secteur d'activité, les organismes de promotion des échanges peuvent contribuer à réduire les disparités entre les genres en répondant spécifiquement aux besoins des entreprises dirigées par des femmes, soit des entreprises généralement plus petites et moins bien financées. À titre d'exemple, l'agence néo-zélandaise de promotion des exportations *New Zealand Trade and Enterprise* a mis en œuvre toute une série de réformes dans le but de mieux soutenir les femmes dirigeantes d'entreprise.
- Certains accords commerciaux récents intégraient des chapitres détaillés sur la question du genre ou des dispositions spécifiques visant, d'une part, à réaffirmer l'engagement des parties prenantes en faveur des normes internationales en matière d'égalité des genres et, d'autre part, à mettre en œuvre des activités communes entre les différents partenaires afin de limiter les inégalités de genre. L'Arrangement mondial sur le commerce et le genre (AMCG), accord global de coopération adopté au Canada, en est un exemple notable.
- De nombreux organismes publics ont pour objectif de réduire les disparités entre les genres en matière d'exportation par la mise en place de programmes ciblés. À mesure que ces programmes parviennent à maturité, il conviendra de mesurer leurs effets sur les entreprises dirigées par des femmes, comme cela a déjà pu être fait en Irlande et en Türkiye. Ces

programmes constituent un instrument potentiel pour la collecte de données sur les effets positifs des actions mises en œuvre et sur les difficultés auxquelles les femmes se heurtent encore dans l'exercice de leurs activités commerciales.

- Plusieurs pays ne proposent toutefois pas une ventilation par genre des données relatives aux échanges internationaux. Il est ainsi essentiel de combler les déficits de données pour assurer le suivi des évolutions dans ce domaine et élaborer des politiques en faveur des femmes entrepreneures, par exemple en cherchant à établir des liens entre les différentes sources de données existantes (registres d'entreprises, données commerciales, etc.).

Thème

Les échanges internationaux sont l'un des principaux moteurs de la croissance économique dans les pays de l'OCDE. Les entreprises exportatrices enregistrent des bénéfices plus élevés, rémunèrent mieux leurs salariés et connaissent une croissance plus rapide que les entreprises non exportatrices¹. Les PME et les entrepreneurs prennent part à des échanges internationaux dans une mesure moindre que les grandes entreprises. En effet, d'après l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), environ 80 % des micro-entreprises ne participent pas directement à des échanges internationaux. Un niveau supérieur de participation pourrait contribuer à faciliter la reprise et garantir que les petites entreprises ne sont pas laissées pour compte. Comme cela peut être tout particulièrement observé dans les marchés émergents, les entreprises qui prennent part à des échanges internationaux sont beaucoup moins susceptibles d'opérer dans le secteur informel (Banque mondiale/OMC, 2020^[1] ; IFC, 2011^[2]).

Les femmes entrepreneures ont moins tendance à participer aux échanges internationaux et sont par conséquent moins à même d'exploiter les possibilités qui s'offrent à elles pour renforcer leur compétitivité et tirer parti des autres retombées positives du commerce international. Garantir que les entreprises dirigées par des femmes entrepreneures sont en capacité de profiter de ces opportunités permet d'œuvrer à une meilleure égalité des genres et contribue à réduire les disparités entre les genres qui se sont aggravées pendant la pandémie de COVID-19, et ce, tout en contribuant à une croissance économique plus forte et plus inclusive. Axer les efforts sur cette catégorie spécifique d'entreprises peut également permettre de mieux adapter les politiques publiques.

Le présent chapitre examine la présence des dirigeants d'entreprise sur les marchés mondiaux et les difficultés auxquelles ils sont confrontés, en mettant plus particulièrement l'accent sur les femmes dirigeantes d'entreprise sur lesquelles peu d'informations sont actuellement disponibles, ainsi que les politiques adoptées par certains pays pour soutenir leurs efforts. Il s'appuie en grande partie sur l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), conçue spécifiquement pour étudier ces questions. Ce chapitre commence par examiner la différence de participation aux marchés internationaux entre les entreprises dirigées par des femmes et les entreprises dirigées par des hommes dans les pays de l'OCDE. Il examine ensuite la mesure dans laquelle ces différences ont pu évoluer, le cas échéant, au lendemain de la crise de COVID-19. Il répertorie ensuite les difficultés auxquelles se heurtent les entreprises dirigées par des femmes lorsqu'elles mettent en place et développent leurs activités d'exportation. Il met enfin en avant différentes initiatives adoptées par certains pays dans le but de renforcer la capacité des femmes à tirer profit des avantages découlant des activités d'exportation. Ce chapitre s'appuie sur la cartographie des politiques publiques réalisée dans le cadre du projet de l'OCDE et de la Commission européenne sur le développement des réseaux au service de la croissance des PME (*Scale up Project*)².

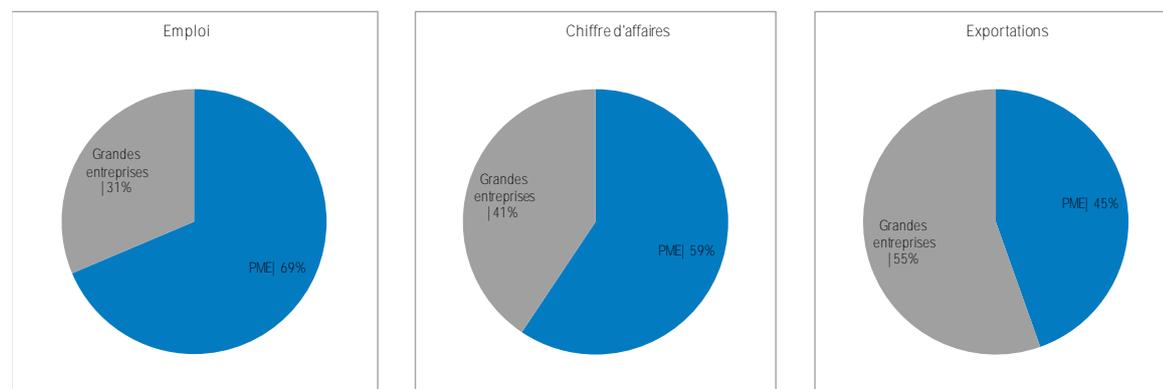
Exportations par type d'entrepreneur et écart entre les genres en matière d'exportation³

Les entreprises participant aux échanges internationaux ont tendance à être plus productives que celles qui opèrent uniquement au niveau national. Cette participation aux échanges internationaux permet également une amélioration de leurs performances. Les activités d'exportation permettent aux entreprises d'élargir leurs marchés et d'augmenter leurs ventes, stimulent la concurrence et l'innovation, et génèrent des transferts indirects de connaissances. Les activités d'importation permettent quant à elles de réduire les coûts et de faciliter l'accès à des technologies plus performantes (Máñez, Rochina-Barrachina et Sanchis, 2020^[3]). Les PME sont généralement sous-représentées dans les échanges internationaux et ne comptent que pour une part relativement faible des exportations compte tenu de ce qu'elles représentent en termes d'emploi et de chiffre d'affaires (graphique 3.1). Cela est dû au fait qu'elles disposent souvent de capacités plus faibles et de connaissances plus limitées en termes de réglementation ou d'accès aux marchés, mais aussi de ressources financières insuffisantes pour leur permettre d'entrer sur des marchés étrangers. Les PME étant moins à même de surmonter les obstacles aux échanges que les grandes entreprises, la suppression de tels obstacles profite tout particulièrement aux PME (OMC, 2016^[4]).

Le niveau de participation aux échanges internationaux varie d'un secteur à l'autre : les PME importatrices étant concentrées dans le commerce de gros et les PME exportatrices dans l'industrie manufacturière, comme le révèle l'enquête *Future of Business Survey* (voir l'encadré 3.1). La plupart des PME exportatrices concernées par cette enquête assurent des exportations vers 2 à 5 pays, alors que les grandes entreprises exportent généralement vers au moins 11 pays. L'internationalisation des PME se fait principalement par des canaux indirects et par leur intégration aux chaînes de valeur mondiales (chapitre 3).

Graphique 3.1. Part des SME en termes d'emploi, de chiffre d'affaires et d'exportation

Moyenne de 26 pays de l'OCDE, 2020



Note : le chiffre d'affaires est défini comme le total des montant facturés correspondant aux ventes marchandes de biens ou de services.

Source : base de données des statistiques structurelles et démographiques sur les entreprises ; base de données des statistiques sur les échanges selon les caractéristiques des entreprises.

StatLink  <https://stat.link/ljh4x3>

Les PME dirigées par des femmes sont beaucoup moins susceptibles de vendre leurs produits et services à l'échelle internationale que les PME dirigées par des hommes⁴. En effet, d'après l'enquête *Future of Business Survey*, seules 11 % des entreprises dirigées par des femmes dans les pays de l'OCDE ont une

activité d'exportation, contre 19 % des entreprises dirigées par hommes et 13 % des entreprises dirigées à parité de genre⁵. Les entreprises dirigées par des femmes sont également moins susceptibles de proposer des exportations vers la plupart des pays, des secteurs économiques et des catégories de taille d'entreprise (graphique 3.2).

Cet écart en matière d'exportation s'explique par plusieurs facteurs, dont les attitudes en matière d'entrepreneuriat et certains obstacles comme l'accès au financement ou l'insuffisance supposée de compétences entrepreneuriales (GEM, 2021^[5]). Dans les pays de l'OCDE, sur la période 2016-20, moins de 9 % des femmes ont créé une entreprise ou pris la direction d'une nouvelle entreprise, contre environ 13 % des hommes (OCDE/CE, 2021^[6]).

Encadré 3.1. Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*)

Ce chapitre s'appuie sur les données de l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), fruit d'un partenariat entre l'OCDE, la Banque mondiale et Meta, et consacrée aux entreprises disposant d'une présence en ligne sur Facebook. L'analyse élaborée à partir de cette enquête doit par conséquent être considérée comme s'appliquant à cette catégorie d'entreprises.

Un questionnaire portant sur les caractéristiques des entreprises et leur activité économique a été diffusé auprès d'un échantillon aléatoire d'entreprises au mois de mars 2022. Celui-ci a permis de recueillir des données sur près de 10 000 entreprises des pays de l'OCDE, concernant notamment leur participation aux échanges, la répartition par genre de leurs dirigeants et autres caractéristiques techniques, comme leur taille ou leur secteur d'activité.

Dans le cadre de l'analyse de ces données d'enquête, un mécanisme de pondération a été appliqué afin de garantir que cet échantillon aléatoire correspond bien à la population des administrateurs de page Facebook. Dans la mesure où ce groupe n'est pas identique à la population générale des entreprises, il convient de considérer cette enquête comme représentative des entreprises disposant d'une présence en ligne sur Facebook et non de la population générale des entreprises.

Dans cette analyse, les entreprises sont définies comme dirigées par des femmes si elles déclarent que la majorité de leurs dirigeants sont des femmes, comme dirigées par des hommes si elles déclarent que la majorité de leurs dirigeants sont des hommes, et comme dirigées à parité de genre si elles déclarent que leurs dirigeants comptent autant de femmes que d'hommes lors de la réalisation de l'enquête. Sur l'ensemble des entreprises interrogées, 31 % ont indiqué être dirigées par des femmes, 29 % à parité de genre et 40 % par des hommes.

Il n'existe pas de données harmonisées, ventilées par genre, sur la population totale des entreprises, par taille et par secteur, dans les pays de l'OCDE. Cette enquête est donc l'une des rares sources de données qui permette une comparaison entre les pays. La participation des PME peut jouer sur les résultats de cette enquête, même si des coefficients de pondération ont été appliqués afin de refléter la population générale des entreprises disposant d'une page Facebook. Les données utilisées pour les besoins de cette analyse se rapportent aux micro-, petites et moyennes entreprises, c'est-à-dire à celles qui emploient moins de 250 personnes.

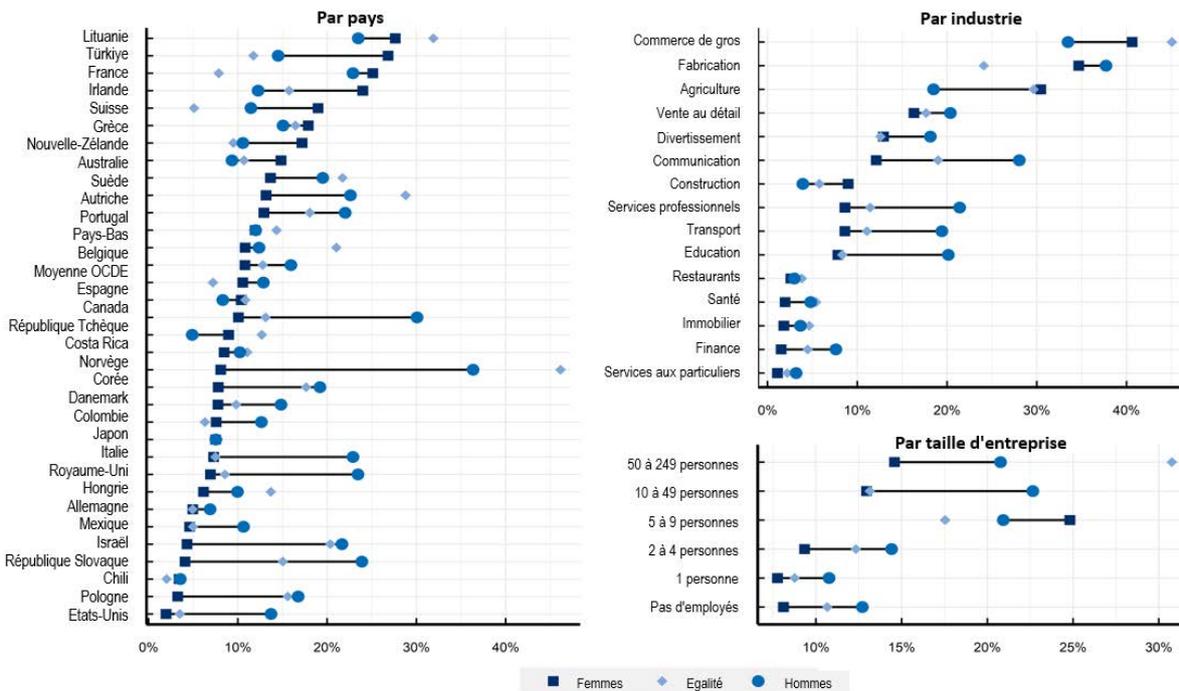
Une répartition détaillée de la composition de l'échantillon étudié est disponible dans l'Annexe 3.A. Pour plus d'informations sur la méthodologie utilisée dans le cadre de cette enquête, voir Schneider (2020^[7]).

Par définition, les entreprises qui ne disposent d'aucune présence en ligne sont nécessairement sous-représentées dans cette enquête. Dans la mesure où Facebook est la principale plateforme commerciale en ligne, et que la grande majorité des entreprises qui réalisent des échanges commerciaux ont une présence en ligne, l'échantillon reflète particulièrement bien les entreprises visées par cette analyse, autrement dit les PME participant ou prêtes à participer à des échanges.

Les différences de genre dans la propension à exporter sont également dues en partie aux différences de caractéristiques qui existent entre les entreprises dirigées par des femmes et celles dirigées par des hommes, comme les secteurs dans lesquels elles opèrent. Les femmes sont davantage susceptibles de diriger des entreprises dans les secteurs de services (93 % des entreprises dirigées par des femmes contre 75 % des entreprises dirigées par des hommes, sur l'ensemble de entreprises participant à l'enquête), sachant que les services sont eux-mêmes généralement moins susceptibles d'être échangés à l'échelle internationale⁶. Par ailleurs, les femmes travaillent souvent dans des activités de service qui font moins l'objet d'échanges, comme la santé, l'éducation ou l'administration publique⁷. Il apparaît en outre que les services coûtent plus cher à exporter (Ariu, 2012^[8]) et que les obstacles administratifs aux échanges de services sont généralement plus importants que ceux qui touchent les échanges de biens (droits de douane, par exemple) (Benz et Jaax, 2020^[9]).

Les entreprises dirigées par des femmes sont en outre généralement plus petites et plus jeunes que celles dirigées par des hommes, et les entreprises plus grandes et mieux établies ont davantage tendance à exporter. Dans les pays de l'OCDE, seules 18 % des entreprises dirigées par des femmes ayant participé à l'enquête comptent plus de 50 employés et 76 % n'en comptent pas plus de cinq, contre respectivement 30 % et 66 % pour les entreprises dirigées par des hommes. Dans la même veine, dans les pays de l'OCDE entre 2016 et 2020, moins de 11 % des femmes entrepreneures en début d'activité estimaient que leur nouvelle entreprise pourrait créer au moins 19 emplois sur 5 ans, contre 17 % des hommes entrepreneurs en début d'activité (GEM, 2021^[5]). Par ailleurs, dans les marchés émergents, l'entrepreneuriat féminin est principalement concentré dans les micro-entreprises, puisqu'un tiers des très petites entreprises et seulement 20 % des moyennes entreprises sont détenues par des femmes (OMC, 2016^[10] ; IFC, 2011^[2]).

Graphique 3.2. Variation de l'écart entre les genres en matière d'exportation dans les entreprises disposant d'une page Facebook, mars 2022



Note : l'axe des ordonnées correspond à la part des entreprises d'un groupe donné qui indiquent avoir des activités d'« exportation uniquement » ou « à la fois d'importation et d'exportation ». Sur un échantillon de 10 000 petites et moyennes entreprises (soit comptant moins de 250 salariés) dans 34 pays de l'OCDE.

Source : d'après l'Enquête OCDE-Banque mondiale-Meta sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), [Data for Good](https://dataforgood.org/) (mars 2022).

StatLink  <https://stat.link/ho4r7e>

Si l'on utilise le modèle de décomposition Kitagawa-Oaxaca-Blinder⁸ pour analyser l'impact des caractéristiques des entreprises sur l'écart qui existe entre les genres en matière d'exportation, on constate que cet écart est dû à 26 % à la concentration des entreprises dirigées par des femmes dans les secteurs les moins tournés vers les échanges internationaux, à 27 % à la petite taille des entreprises dirigées par des femmes, à 12 % au pays où elles ont leurs activités et à 1 % à la durée de vie des entreprises. Il apparaît ainsi que 34 % de cet écart ne peut être expliqué par les caractéristiques des entreprises et semble donc associé à des facteurs directement liés aux différences de genre.

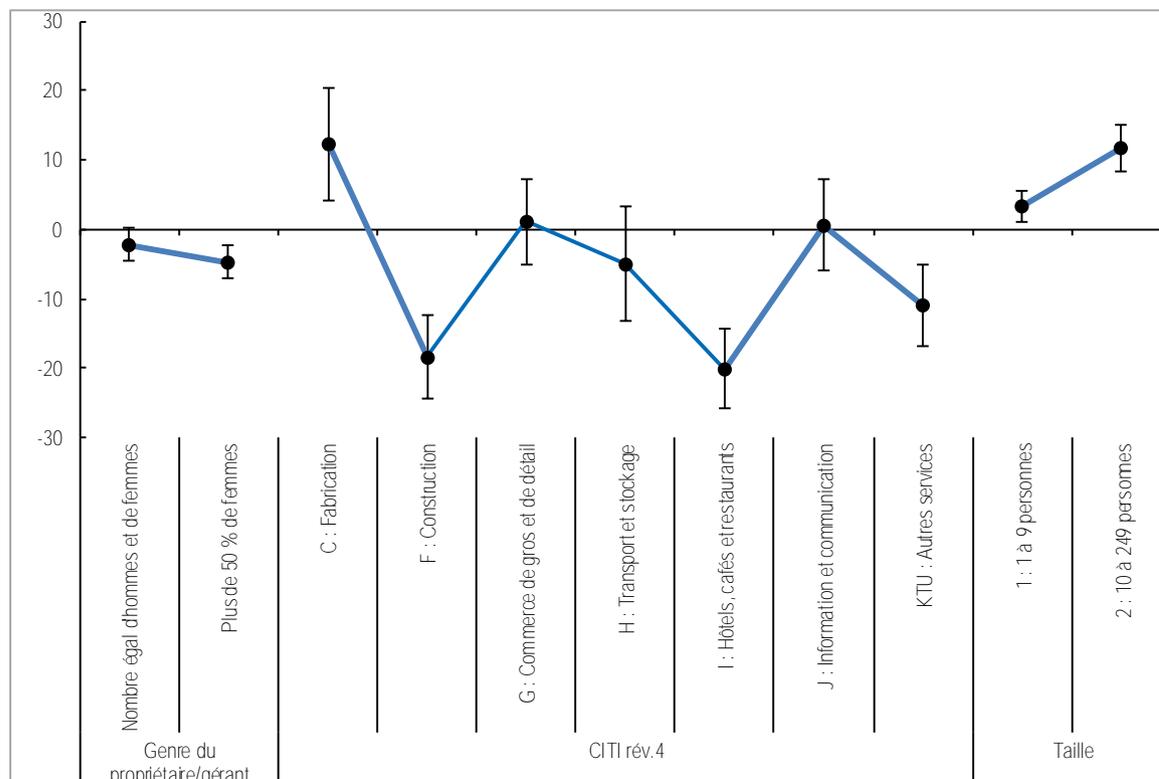
Pour compléter ces observations, l'application d'un modèle logit permet de mettre en évidence que les petites entreprises dirigées par des femmes dans les pays de l'OCDE affichent une probabilité plus faible d'exporter que les petites entreprises dirigées par des hommes, même après une correction par pays, par secteur ou par catégorie de taille d'entreprise (graphique 3.3). Compter une majorité d'hommes parmi ses dirigeants augmente de 2 à 7 points la probabilité qu'une entreprise ait une activité d'exportation. À l'inverse, aucune différence significative n'apparaît entre les entreprises dirigées par des hommes et les entreprises dirigées à parité de genre. Un résultat similaire peut être observé si l'on analyse plus généralement le niveau de participation aux échanges internationaux (incluant à la fois les importations et les exportations).

Les résultats de l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*) semblent indiquer que les femmes sont également moins susceptibles de diriger des entreprises dans les secteurs dans lesquels leur pays jouit d'un avantage comparatif évident, c'est-à-dire les secteurs ou industries dans lesquels les exportations d'un pays sont supérieures à ses importations. D'après les analyses de régression réalisées pour contrôler la répartition par pays et par secteur, il apparaît que les entreprises dirigées par des femmes dans les pays de l'OCDE sont 3 % moins susceptibles d'opérer dans un secteur présentant un avantage comparatif que les entreprises dirigées par des hommes⁹. Par ailleurs, une enquête menée auprès d'entreprises appartenant à des femmes dans les marchés émergents laisse penser que ces entreprises sont davantage susceptibles d'opérer dans des secteurs à faible valeur ajoutée (ITC, 2015^[11]). Conjugés aux disparités déjà connues entre les genres dans l'accès aux postes d'encadrement supérieur, ces éléments suggèrent que, même à niveau égal de compétences en matière d'entrepreneuriat, les femmes sont confrontées à des obstacles pluridimensionnels qui entravent leur participation aux échanges internationaux.

Les caractéristiques relatives aux femmes et hommes entrepreneurs de manière individuelle, plutôt qu'à leurs entreprises, ne semblent pas expliquer les disparités entre les genres en matière d'exportation. Sur l'ensemble des dirigeants d'entreprise interrogés, la répartition par catégorie d'âge entre les femmes et les hommes est identique. L'écart entre les genres en matière d'exportation apparaît relativement plus important parmi les entrepreneurs les plus jeunes et les plus âgés (moins de 30 ans et plus de 60 ans), et plus modéré pour la catégorie intermédiaire. Concernant le niveau d'études, 54 % des femmes entrepreneures sont titulaires d'un diplôme universitaire, contre 44 % des hommes, ce qui suggère que l'absence de formation formelle ne constitue pas un obstacle à l'exportation pour les femmes. C'est parmi les répondants titulaires d'un diplôme universitaire que l'écart entre les genres en matière d'exportation est en réalité le plus prononcé.

Graphique 3.3. Probabilité qu'une entreprise se lance dans l'exportation, en fonction du genre de ses dirigeants, de son secteur et de sa taille

Effet marginal du genre des dirigeants et de la taille des entreprises sur la probabilité de démarrer une activité d'exportation, en points de pourcentage



Note : les valeurs indiquent l'augmentation de la probabilité qu'une PME se lance dans l'exportation suivant la composition de son équipe dirigeante, de son secteur ou de sa taille. Les effets marginaux sont calculés par l'application d'une régression logit aux PME de 34 pays de l'OCDE, en tenant compte des observations recueillies en mars 2022. Les effets sont déterminés par rapport à la catégorie « plus de 50 % d'hommes » pour la dimension de genre, à la catégorie « agriculture, exploitation minière, énergie, approvisionnement en eau » pour la dimension sectorielle et à la catégorie « entreprises sans salariés » pour la dimension de taille des entreprises. L'intervalle de confiance de 95 % est représenté sur le graphique par les moustaches. Les effets sont statistiquement significatifs lorsque l'intervalle de confiance ne franchit pas la ligne du zéro.

Source : d'après l'Enquête OCDE-Banque mondiale-Meta sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), [Data for Good](https://dataforgood.org/) (mars 2022).

StatLink  <https://stat.link/0lsavx>

Il est possible que les femmes entrepreneures ne participent pas autant que les hommes à des échanges commerciaux car elles nourrissent d'autres ambitions dans le cadre de leurs activités. Interrogées sur ce qui a motivé la création de leur entreprise, les femmes étaient beaucoup plus susceptibles de faire part du souhait de trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie privée, mais aussi la volonté de transformer un passe-temps ou une passion en projet professionnel. Les hommes étaient quant à eux plus susceptibles de diriger une affaire familiale ou de créer une entreprise pour augmenter leurs revenus. Ces décisions sont également influencées par les politiques nationales et les normes sociétales, y compris celles ayant une incidence sur le temps consacré à la garde des enfants ou aux soins aux personnes âgées, soit des responsabilités qui incombent majoritairement aux femmes. Si l'on considère les coûts fixes et le niveau d'engagement en temps souvent associés à la mise en place initiale d'activités d'exportation, cet

investissement peut sembler avoir plus de sens pour les hommes que pour les femmes entrepreneures compte tenu de leurs objectifs respectifs.

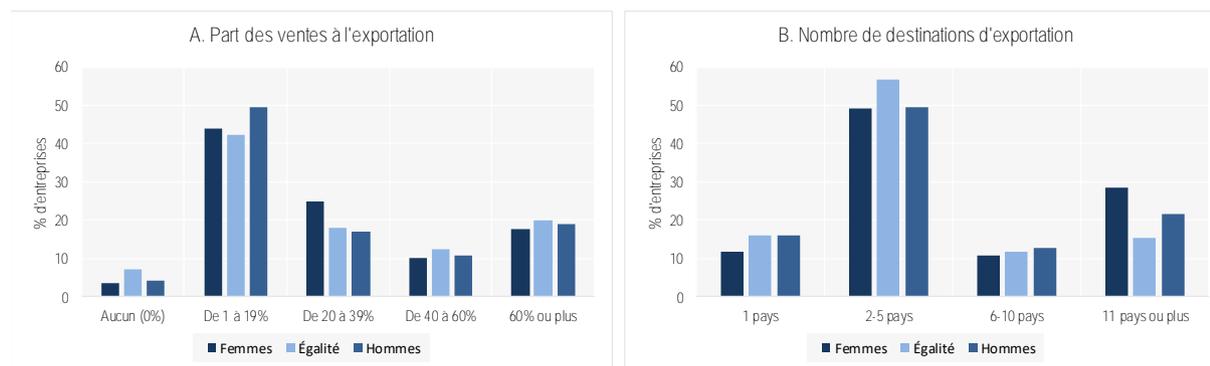
Cet écart entre les genres en matière d'exportation peut être observé dans la plupart des pays de l'OCDE (graphique 3.2), mais il varie grandement d'un pays à l'autre et, dans quelques pays, cet écart n'existe pas ou est inversé. Il n'existe pas de forte corrélation entre le niveau des exportations et la gravité de l'écart entre les genres. On observe en effet dans certains pays un nombre important d'entreprises qui réalisent des ventes à l'étranger et une faible différence entre les entreprises dirigées par des femmes et les entreprises dirigées par des hommes, et inversement. On constate également un écart entre les genres en matière d'exportation dans quasiment tous les secteurs et les secteurs dans lesquels il n'existe pas d'écart ont tendance à compter une part relativement faible de femmes entrepreneures.

Les disparités de genre augmentent également avec la taille des entreprises. Il existe un lien évident entre la taille d'une entreprise et son comportement commercial : à mesure que les entreprises se développent, la probabilité qu'elles démarrent une activité d'exportation augmente. Cette corrélation est toutefois plus marquée dans le cas des entreprises dirigées par des hommes.

Bien que les entreprises dirigées par des femmes soient de manière générale moins susceptibles d'exporter des biens ou services que celles dirigées par des hommes, les entreprises qui réalisent des ventes vers des marchés étrangers affichent des pratiques d'exportation analogues à celles des entreprises dirigées par des hommes (graphique 3.4). Les entreprises ayant déclaré réaliser des ventes à l'étranger ont été interrogées sur la part que représentent les exportations dans leurs recettes totales. Environ 46 % des entreprises ont ainsi indiqué que les exportations représentaient moins de 20 % de leurs recettes et seulement 19 % que les exportations représentaient au moins 60 % de leurs recettes. Ces valeurs ne varient que de façon marginale entre les entreprises dirigées par des femmes et les entreprises dirigées par des hommes.

Une fois engagées dans des activités d'exportation, les entreprises dirigées par des femmes exportent vers un nombre identique ou supérieur de pays que les entreprises dirigées par des hommes. Notons ainsi, d'une part, que 28 % des entreprises dirigées par des femmes et 20 % des entreprises dirigées par des hommes ont réalisé des exportations vers au moins 11 pays et, d'autre part, que 88 % des entreprises dirigées par des femmes et 84 % des entreprises dirigées par des hommes ont exporté vers au moins un pays étranger. Ces données mettent en évidence le rôle particulier que peuvent jouer les politiques publiques pour aider les entreprises dirigées par des femmes à surmonter les obstacles auxquels elles se heurtent dans la mise en place initiale d'activités d'exportation, un rôle peut-être encore plus important que le soutien au développement de leurs opérations.

Graphique 3.4. Pratiques des entreprises exportatrices, mars 2022



Source : d'après l'Enquête OCDE-Banque mondiale-Meta sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), [Data for Good](#) (mars 2022), PME disposant d'une présence en ligne sur Facebook.

L'une des différences marquantes dans les pratiques d'exportation est que les entreprises dirigées par des femmes ont tendance à vendre davantage directement à des consommateurs, plutôt qu'à d'autres entreprises. Alors que 79 % des entreprises dirigées par des hommes qui réalisent des exportations indiquent vendre leurs produits ou services à des entreprises étrangères, l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*) révèle que les entreprises dirigées par des femmes ne vendent à des entreprises étrangères qu'à hauteur de 51 %. Une décomposition Kitagawa-Oaxaca-Blinder de cet écart montre qu'il est dû à 18 % aux secteurs dans lesquels les entreprises sont actives, à 16 % aux différences de taille moyenne des entreprises et à 2 % à la création plus récente des entreprises dirigées par des femmes visées par cette enquête. Cependant, la majeure partie de cet écart (soit plus de la moitié) ne peut être attribué aux caractéristiques des entreprises. Les ventes interentreprises sont souvent constituées de commandes importantes et offrent par conséquent davantage de possibilités d'augmenter les exportations le long de la marge intensive, soit en augmentant la taille moyenne des commandes.

Les différences de genre qui touchent les exportations peuvent également être observées dans le cas des importations. En effet, 15 % des entreprises dirigées par des hommes réalisent des importations, contre 11 % des entreprises dirigées par des femmes. Cette différence est en partie due à la concentration des hommes dans les secteurs où les intrants sont plus fréquemment importés, comme dans l'industrie manufacturière ou le commerce de gros. Un écart statistique significatif de 3 % apparaît toutefois dans la probabilité que les entreprises se lancent dans des activités d'importation, même après neutralisation du secteur, de la taille et du pays des entreprises¹⁰. Avec un niveau de probabilité plus important, les entreprises dirigées par des hommes tirent davantage parti des effets de baisse des coûts induits par la libéralisation des échanges, même si elles deviennent par là même plus vulnérables aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement, comme l'illustre la section suivante.

Les entreprises dirigées par des femmes enregistrent une présence en ligne au moins identique à celle des entreprises dirigées par des hommes. Elles sont également plus susceptibles que les entreprises dirigées par des hommes d'être actives sur les plateformes numériques. Une part plus importante des ventes des entreprises dirigées par des femmes sont par ailleurs réalisées en ligne, même après prise en compte des autres caractéristiques des entreprises. Le fait que des entreprises exportatrices enregistrent une part plus élevée de ventes en ligne met également en évidence l'importance de ce type de ventes dans les échanges internationaux (OCDE et al., 2023^[12]). Les entreprises participant aux marchés internationaux sont davantage susceptibles d'utiliser des plateformes numériques que les entreprises non exportatrices. Sur l'ensemble des entreprises exportatrices dirigées par des femmes, 64 % ont recours à des plateformes numériques pour acheter et vendre des biens et services, contre 37 % des entreprises dirigées par des femmes qui n'ont pas d'activité d'exportation.

Compte tenu de l'importance des ventes en ligne et de l'engagement dans le commerce international, l'un des moyens efficaces de faciliter les échanges est de garantir un accès aisé et abordable à l'internet, y compris dans les zones plus rurales ou isolées.

Conséquences de la pandémie de COVID-19¹¹

La pandémie de COVID-19 a eu des répercussions économiques considérables et les petites et moyennes entreprises ont été particulièrement touchées. L'une des principales raisons à cela est que les PME les plus petites et les plus jeunes ont été moins susceptibles de bénéficier des mesures de soutien budgétaire adoptées lors de la première phase de la pandémie (OCDE, 2021^[13]) et qu'une grande partie d'entre elles étaient actives dans les secteurs de services, eux-mêmes gravement affectés par la crise. Les PME prenant part à des échanges internationaux se sont révélées extrêmement vulnérables, non seulement car les chaînes d'approvisionnement ont subi de graves perturbations, mais aussi car les restrictions des déplacements ont fortement nui aux échanges internationaux (Cernat, Jakubiak et Preillon, 2020^[14]).

Une comparaison des réponses données en mars 2022 à l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*) avec celles d'une édition précédente réalisée en juillet 2019 permet non seulement d'analyser précisément les effets de la pandémie, mais aussi de déterminer si elle a entraîné une modification durable des comportements.

Les entreprises ont été confrontées à des difficultés différentes tout au long de la crise du COVID-19, mais les répercussions négatives ont été plus marquées pour les entreprises dirigées par des femmes, lesquelles sont souvent actives dans les secteurs de services et plus petites que les entreprises dirigées par des hommes (OCDE/CE, 2021^[6]). Les entreprises dirigées par des femmes étaient ainsi plus susceptibles de fermer leurs portes que celles dirigées par des hommes entre janvier et mai 2020 (26 % contre 20 %) (Facebook/OCDE/Banque mondiale, 2020^[15]), et cet écart s'est encore creusé en 2021 (25 % contre 17 %) (Meta, 2022^[16]). De même, des enquêtes nationales montrent régulièrement que les femmes entrepreneures risquaient davantage de subir une baisse de leur volume de travail et de leurs recettes que les hommes entrepreneurs. À titre d'exemple, une enquête réalisée en Allemagne a révélé que les femmes travaillant à leur compte étaient un tiers plus susceptibles de connaître une baisse de leurs revenus en raison de la pandémie que leurs homologues masculins (Graeber, Kritikos et Seebauer, 2021^[17]). Les entreprises dirigées par des femmes et les entreprises dirigées par des hommes ont également fait part de types de difficultés différents pendant la pandémie de COVID-19. Entre 2019 et 2022, les entreprises dirigées par des hommes ont fait état d'une augmentation significative de la difficulté à recruter et fidéliser des travailleurs qualifiés. Parallèlement à cela, les entreprises dirigées par des femmes ont déclaré ne pas avoir été en mesure d'obtenir les financements nécessaires pour assurer leurs activités quotidiennes.

Le fait que la pandémie de COVID-19 ait surtout affecté les femmes dirigeantes d'entreprise s'explique en partie par la plus grande part de responsabilités que les femmes doivent assumer, que ce soit dans la garde des enfants, les soins aux personnes âgées et les tâches domestiques. À mesure que les écoles et les structures d'accueil pour enfants ont fermé leurs portes en raison de la pandémie et que les confinements successifs ont empêché les travailleurs domestiques d'accéder à leurs lieux de travail, les femmes opérant dans ces secteurs ont subi une perte d'activité, même si les femmes dans leur ensemble ont connu une augmentation du temps consacré à des tâches non rémunérées. Avant la pandémie, les femmes consacraient globalement entre un tiers et deux tiers de temps de plus que les hommes à prendre soin de leurs enfants (Korinek, Moïsis et Tange, 2021^[18]) et, bien qu'il soit démontré que la charge accrue qu'ont représenté la garde d'enfants et les soins aux personnes vulnérables pendant la pandémie ait été partagée, les femmes ont continué d'assurer la grande majorité des tâches non rémunérées dans la plupart des foyers. Les familles monoparentales, constituées en grande partie de mères élevant seules leurs enfants, ont été particulièrement affectées par l'indisponibilité des services de garde et par la fermeture des écoles. Ces répercussions ont ainsi pénalisé plus lourdement les femmes, et par voie de conséquence les femmes entrepreneures et cheffes d'entreprise.

La difficulté accrue pour les entreprises dirigées par des femmes d'accéder aux financements dont elles avaient besoin est également reflétée par leur capacité plus limitée à bénéficier d'aides publiques. De nombreux pays ont en effet mis en œuvre des programmes complets de soutien aux entreprises afin les aider à surmonter la crise. Dans le cadre de l'enquête de 2022, les entreprises ont été interrogées sur les types d'aides qui leur ont été accordées, par exemple : des prêts supplémentaires, des reports de paiement ou encore des services de conseil. Dans la plupart des secteurs, une part identique des entreprises dirigées par des femmes et des entreprises dirigées par des hommes ont bénéficié d'un soutien de l'État. Les types d'aides accordées présentent toutefois des différences : les entreprises dirigées par des hommes ont ainsi eu tendance à bénéficier davantage de subventions non remboursables que les entreprises dirigées par des femmes (26 % contre 22 %, respectivement)¹². Le manque de financements publics et privés non remboursables a ainsi pu nuire à la capacité des entreprises dirigées par des femmes de se remettre des perturbations provoquées par la pandémie.

L'une des conséquences de la pandémie a été la pression considérable exercée sur les chaînes d'approvisionnement internationales et c'est par les hommes dirigeants d'entreprise que ces difficultés ont été le plus fortement ressenties. De façon générale, les entreprises dirigées par des hommes ont été davantage susceptibles que les entreprises dirigées par des femmes d'indiquer avoir rencontré des problèmes d'approvisionnement, principalement sous la forme de retards dans la réception de fournitures et d'une augmentation des coûts d'expédition. Cela peut être dû à une présence plus forte des entreprises dirigées par des hommes dans l'industrie manufacturière et au fait que celles-ci comptent une part plus élevée d'entreprises exportatrices et importatrices, les rendant par là même plus vulnérables aux perturbations des chaînes d'approvisionnement mondiales.

La pandémie a également entraîné un basculement général dans la sphère numérique, notamment par l'essor du télétravail et des achats en ligne. Les entreprises dirigées par des femmes, en particulier, ont su tirer parti de cette évolution : bien qu'en 2019 une part identique des entreprises dirigées par des femmes et des entreprises dirigées par des hommes ont réalisé au moins un quart de leur ventes en ligne (43 % et 40 %, respectivement), en 2022 ces parts sont passées à 53 % et 44 %. Les femmes entrepreneures n'ont pas limité le recours aux technologies à la vente en ligne : elles ont en effet eu moins tendance à déclarer ne pas utiliser les plateformes numériques et ont été plus susceptibles d'utiliser des plateformes en ligne à des fins de publicité et de communication avec leurs clients. Elles se sont par ailleurs révélées davantage convaincues que leurs homologues masculins que leur utilisation des technologies numériques s'inscrivait dans la durée.

Malgré cette adoption des technologies numériques par les femmes entrepreneures, un écart de genre en matière d'exportation peut toujours être observé dans les ventes en ligne. Les exportations sont ainsi moins susceptibles de compter pour au moins la moitié des ventes en ligne réalisées par les entreprises dirigées par des femmes (21 % contre 33 % pour les entreprises dirigées par des hommes). On constate un écart comparable lorsque l'on examine uniquement les entreprises qui déclarent avoir des activités d'exportation. Compte tenu de l'importance de l'économie et du commerce numériques, il serait utile de saisir cette occasion pour aider les femmes entrepreneures à tirer parti de l'expérience acquise dans la vente en ligne pour développer leurs ventes à l'étranger.

Difficultés d'accès aux marchés internationaux¹³

Les difficultés auxquelles les petites entreprises sont confrontées lorsqu'elles souhaitent exercer une activité commerciale à l'étranger sont largement attestées (tableau 3.1). Ces difficultés découlent de l'environnement économique dans lequel évoluent les petites entreprises et varient nécessairement d'un pays ou d'un secteur à l'autre. Dans les secteurs de services, où sont majoritairement représentées les entreprises dirigées par des femmes, on remarque que le cadre réglementaire s'est assoupli en 2021, ralentissant ainsi l'accumulation constante d'obstacles aux échanges observée au cours des années passées (OCDE, 2022^[19]). En 2022, les réglementations applicables aux services ont été sensiblement modifiées dans de nombreux pays. La libéralisation des services, destinée à renforcer les activités des entreprises et lever les obstacles qui subsistaient en matière de voyages d'affaires au lendemain de la pandémie de COVID-19, a en effet été contrebalancée par une série de nouvelles barrières au commerce qui ont limité la marge de manœuvre des prestataires de services et augmenté le contrôle des investissements étrangers (OCDE, 2023^[20]). La participation des PME aux échanges internationaux est par ailleurs entravée non seulement par un accès insuffisant de ces entreprises aux financements, mais aussi par la difficulté pour ces entreprises d'innover et d'attirer des travailleurs hautement qualifiés. Les obstacles informationnels nuisent également de façon importante à toute participation aux échanges internationaux. D'après l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), si les grandes entreprises déplorent principalement la difficulté à maîtriser les législations étrangères, les petites entreprises peinent quant à elles à simplement trouver des partenaires commerciaux dans les autres pays.

Tableau 3.1. Difficultés rencontrées par les PME dans la participation aux échanges internationaux

Obstacles externes sous-jacents à l'environnement économique		
Cadre institutionnel et réglementaire	Conditions du marché	Infrastructures
Obstacles liés aux politiques publiques, associés à l'action ou à l'inaction des pouvoirs publics du pays d'origine et du pays étranger, en lien avec les entreprises et les exportateurs nationaux	Obstacles d'ordre procédural, associés aux aspects opérationnels des transactions avec les clients étrangers	Obstacles en termes de distribution, de logistique et de promotion, associés à ces différents aspects dans les marchés étrangers
Obstacles tarifaires et non tarifaires, associés aux restrictions à l'exportation et à l'internationalisation imposées dans le cadre de politiques publiques et de réglementations dans les marchés étrangers	Obstacles liés aux clients et aux concurrents étrangers, associés aux clients et concurrents d'une entreprise dans les marchés étrangers et pouvant avoir des incidences immédiates sur ses activités d'exportation	
Obstacles internes découlant d'un accès sous-optimal aux ressources stratégiques		
Financement	Compétences	Actifs d'innovation
Obstacles financiers associés à l'absence ou à l'insuffisance de financements consacrés à l'internationalisation	Obstacles informationnels, liés à des difficultés d'identification, de sélection et d'approche des marchés internationaux en raison de lacunes en matière d'information	Obstacles liés à la transition numérique, associés à une intensité numérique plus faible et à la difficulté de tirer parti des TIC et des données à des fins d'internationalisation
	Obstacles de ressources humaines, liés au manque d'efficacité de la gestion des ressources humaines en matière d'internationalisation	Obstacles liés aux réseaux, associés à un maillage de partenaires commerciaux plus restreint et à une dépendance plus forte à des réseaux externes limités

Source : adapté d'OCDE (s.d.^[21]), *Glossary for Barriers to SME Access to International Markets*, <https://www.oecd.org/cfe/smes/glossaryforbarriersstosmeaccesstointernationalmarkets.htm> et OCDE (2019^[22]), *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019*, <https://dx.doi.org/10.1787/34907e9c-en>.

Les entreprises dirigées par des femmes se heurtent à des difficultés supplémentaires. Le faible niveau d'exportation enregistré par les entreprises dirigées par des femmes conduit à s'interroger sur les obstacles auxquels se heurtent les femmes dans l'accès aux marchés internationaux. L'identification de ces difficultés peut guider l'élaboration de solutions stratégiques efficaces pour soutenir les femmes dans ce domaine.

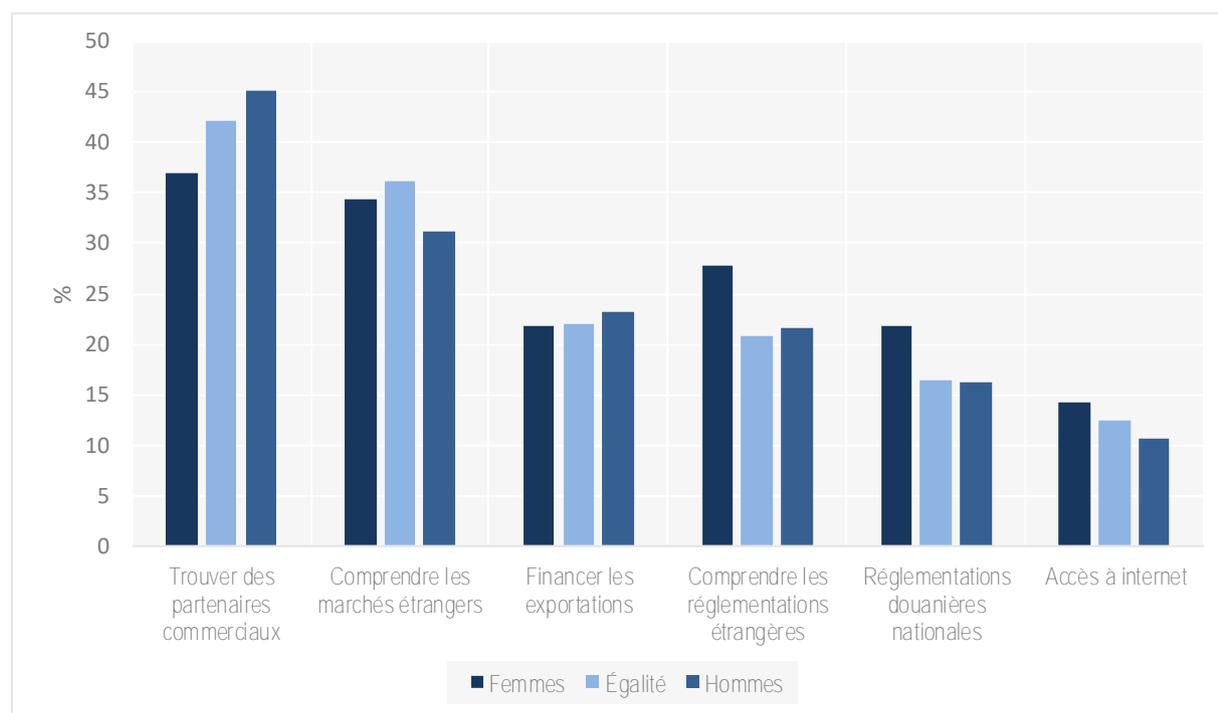
Une part considérable de l'écart observé dans les niveaux d'exportations a trait au fait que les femmes sont plus souvent à la tête d'entreprises dans les secteurs de services. Les coûts commerciaux liés aux services sont près de deux fois supérieurs à ceux liés aux biens, et une proportion importante de ces coûts sont induits par des obstacles administratifs (OMC, 2019^[23]). Il apparaît en outre que les entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes considèrent les obstacles au commerce plus coûteux à surmonter que les entreprises dirigées par des hommes (Davies et Mazhikev, 2015^[24]). Les services représentent globalement deux tiers du PIB mondial, mais seulement 30 % des échanges en termes de valeur ajoutée¹⁴. Les initiatives visant à alléger les obstacles aux échanges de services sont ainsi particulièrement importants pour renforcer l'égalité des genres en matière de commerce, dans la mesure où elles permettront une ouverture vers les marchés étrangers pour les entreprises dirigées par des femmes, lesquelles sont généralement plus présentes dans les secteurs de services. Par ailleurs, les services étant des intrants dans les exportations à la fois de biens et de services, ils peuvent permettre une réduction des coûts de production pour l'ensemble des entreprises, ce qui revêt une importance particulière pour les petites entreprises disposant de capitaux plus limités. La transformation numérique a contribué à renforcer la traçabilité de nombreux services et à réduire les coûts commerciaux découlant de la fragmentation des chaînes de valeur.

Les difficultés auxquelles se heurtent les entreprises dirigées par des femmes en matière d'exportation tiennent également à leur taille, en moyenne inférieure à celle d'autres catégories d'entreprises. Les grandes entreprises exportent davantage notamment car elles peuvent assumer les nombreux coûts fixes

associés aux activités d'exportation, comme recueillir des informations sur les marchés étrangers ou se familiariser avec les procédures douanières et la réglementation des marchés de destination. Les femmes sont confrontées à tout un ensemble d'obstacles dans le développement de leurs activités, dont un accès plus difficile aux financements et une disponibilité plus limitée en raison de leurs obligations familiales (ITC, 2015^[25] ; Korinek, Moïse et Tange, 2021^[18]) (infographie 3.1). Sur l'ensemble des entreprises interrogées, 12 % des entreprises dirigées par des femmes sont actuellement bénéficiaires d'un prêt bancaire, contre 20 % des entreprises dirigées par des hommes. Ces données corroborent d'autres observations, notamment dans l'Union européenne où les femmes entrepreneures sont 25 % moins susceptibles que leurs homologues masculins d'avoir recours à des prêts bancaires pour financer leurs activités et, même lorsqu'elles bénéficient de financements extérieurs, les sommes concernées sont moindres, les taux d'intérêts sont plus élevés et les exigences de garanties sont plus strictes (OCDE, 2022^[26]). Si l'on tient compte également d'autres types de financement (comme les apports d'amis et de parents ou les investissements en fonds propres), 24 % des entreprises dirigées par des femmes et 32 % des entreprises dirigées par des hommes déclarent bénéficier de financements extérieurs. D'autres travaux ont révélé que les entreprises appartenant à des femmes étaient confrontées à un taux de refus 50 % supérieur à celui des entreprises appartenant à des hommes en cas de demande de financement des échanges classique. Les femmes sont par conséquent davantage susceptibles de recourir à des solutions de financement alternatif que les hommes chefs d'entreprise (respectivement à hauteur de 41 % et 35 %) (DiCaprio, Kim et Beck, 2017^[27]) (voir l'encadré 3.2)¹⁵.

Les efforts à l'appui de la croissance des entreprises dirigées par des femmes et permettant la levée des obstacles relatifs à l'accès au financement contribueront ainsi également à permettre à ces entreprises de se lancer dans l'exportation. La situation pourrait avoir été aggravée par la pandémie de COVID-19, lorsque les institutions financières se montraient plus strictes dans leur évaluation des risques.

Graphique 3.5. Difficultés rencontrées par les PME en matière d'exportation, mars 2022



Note : réponses des entreprises actuellement exportatrices ou qui ont envisagé de vendre leurs produits ou services à l'étranger.

Source : calculs à partir de l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*) de l'OCDE-Banque mondiale-Meta, [Data for Good](#) (mars 2022), consacrée aux entreprises disposant d'une présence en ligne sur Facebook.

StatLink  <https://stat.link/i48fsg>

Encadré 3.2. Réduction des disparités de genre en matière de financement des échanges commerciaux et diversification des sources de financement

Améliorer l'accès aux prêts bancaires traditionnels pour les entreprises dirigées par des femmes peut contribuer à réduire les disparités de genre dans le domaine du financement des échanges. Pour compenser les risques plus élevés inhérents aux échanges internationaux, par opposition au commerce national, les institutions financières ont tendance à resserrer leurs exigences en matière de solvabilité, de diligence raisonnable et de garanties. Les femmes sont généralement plus pénalisées que les hommes : les données d'enquêtes disponibles montrent en effet que seules 18 % des entreprises dirigées par des femmes qui sollicitent un financement (alors que la plupart d'entre elles disposent d'un compte bancaire) se voient octroyer des solutions de financement des échanges commerciaux à un niveau suffisant pour développer leurs activités à l'international (DiCaprio, Beck et Pokharel, 2016^[28]). Les entreprises appartenant à des femmes sont également confrontées à un taux de refus 50 % supérieur à celui des entreprises appartenant à des hommes lorsqu'elles font une demande de financement des échanges classique (DiCaprio, Kim et Beck, 2017^[27]). Les pouvoirs publics pourraient résoudre cette difficulté par la mise en œuvre de programmes visant à faciliter les liens entre les intermédiaires financiers et les entreprises dirigées par des femmes, en portant une attention particulière sur les garanties et les prêts à l'exportation.

Les sources alternatives de financement ont également un rôle à jouer. Face à un tel taux de refus, les entreprises appartenant à des femmes s'avèrent plus susceptibles de chercher des solutions de financement alternatif que les entreprises dirigées par des hommes (41 % contre 35 %) (DiCaprio, Kim et Beck, 2017^[27]). Pour lutter contre les disparités de genre en matière de financement des échanges, les banques publiques de développement prévoient le versement de subventions et proposent des programmes d'abondement à hauteur du capital-risque investi. Les technologies financières (*fintech*) permettent de lever certains obstacles au commerce électronique international que rencontrent les PME, et notamment les entreprises appartenant à des femmes (Suominen, 2018^[29]). La transformation numérique réduit les coûts sous-jacents à la participation aux échanges et offre de nouvelles possibilités pour les femmes souhaitant accéder aux marchés étrangers (López González et Sorescu, 2021^[30]). Les plateformes de production participative en particulier permettent de diminuer les discriminations envers les femmes dans l'accès au financement (Barasinska et Schäfer, 2014^[31]) et leur donnent la possibilité d'accéder au financement des échanges commerciaux à bien moindre coût, même si elles ont tendance à demander des sommes en moyenne moins élevées que les hommes (Banque mondiale/OMC, 2020^[11]). Encourager le développement de nouvelles compétences financières auprès des femmes par l'adoption de technologies numériques constitue une autre voie prometteuse que les responsables des politiques publiques peuvent explorer.

Source : OCDE (2022^[32]), *Financing Growth and Turning Data into Business: Helping SMEs Scale Up*, <https://doi.org/10.1787/81c738f0-en>; DiCaprio, A., S. Beck and S. Pokhare (2016^[28]), "Trade and supply chain finance", in *Integrating SMEs into Global Value Chains*, Asian Development Bank; DiCaprio, A., K. Kim and S. Beck (2017^[27]), "2017 Trade finance gaps, growth, and jobs survey", *ADB Briefs*, No. 83, Asian Development Bank, Manila; Suominen, K. (2018^[29]), "Closing in on the holy grail of world trade: Using blockchain to expand Southeast Asia's trade", *International Institute for Sustainable Development*; OCDE (2021^[30]), "Seizing opportunities for digital trade", <https://doi.org/10.1787/bc4081f3-en>; Barasinska, N. and D. Schäfer (2014^[31]), "Is crowdfunding different? Evidence on the relation between gender and funding success from a German peer-to-peer lending platform", *German Economic Review*, Vol. 15/4, pp. 436-452; Banque mondiale/OMC (2020^[11]), *Women in Trade: The Role of Trade in Promoting Gender Equality*, https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/women_trade_pub2807_e.htm; et sources nationales.

Interrogées sur les difficultés qu'elles rencontrent en matière d'exportation, les entreprises dirigées par des femmes et les entreprises dirigées par des hommes font globalement état des mêmes obstacles (graphique 3.5)¹⁶. La réponse la plus citée est la difficulté à trouver des partenaires commerciaux à l'échelle locale, suivie de la méconnaissance du fonctionnement des marchés étrangers mais aussi des procédures douanières nationales et réglementations internationales. Les difficultés identifiées par les dirigeants d'entreprise en matière d'exportation étaient partagées par les petites et les moyennes entreprises. Les femmes dirigeantes d'entreprise ont plus souvent cité la difficulté de se familiariser avec les procédures douanières nationales et les réglementations internationales, ce qui laisse penser qu'il existe de potentielles disparités de connaissances qui pourraient être corrigées par l'action d'organismes de promotion des exportations. Ces observations sont reflétées par les difficultés auxquelles les femmes sont confrontées dans l'accès aux réseaux professionnels. Les réseaux professionnels de femmes sont en effet généralement moins développés et étendus que ceux des hommes, alors que ces réseaux peuvent être une source d'informations sur les marchés étrangers et permettre la mise en relation avec des partenaires et distributeurs potentiels (Korinek, Moïsé et Tange, 2021^[18]). Les entreprises ayant une femme à leur tête s'inquiètent également davantage de la qualité de l'accès à l'internet, ce qui corrobore le fait qu'elles sont également plus susceptibles de vendre des biens en ligne.

Les difficultés signalées par les participants à l'enquête peuvent dépendre de leur situation en matière d'exportation. Les entreprises déjà exportatrices ont ainsi fait part d'obstacles différents de ceux identifiés par les entreprises qui ne réalisent pas encore de ventes à l'étranger. Qu'elles soient dirigées par des femmes ou par des hommes, les entreprises qui n'exportent pas encore sont plus susceptibles que les entreprises exportatrices de considérer le financement des exportations comme un obstacle au commerce international. Les entreprises dirigées par des femmes qui n'exportent pas encore sont en outre davantage susceptibles de signaler comme obstacle la compréhension des marchés étrangers, alors que celles qui ont déjà une activité d'exportation sont davantage susceptibles d'estimer que les réglementations douanières et l'accès à l'internet constituent de véritables obstacles. Ces observations laissent penser qu'il peut être nécessaire pour les pouvoirs publics d'adopter des mesures d'action et de soutien différentes pour les entreprises souhaitant exporter et pour les entreprises souhaitant développer leurs activités existantes d'exportation.

Pour mieux comprendre ce qui freine les velléités d'exporter des entreprises, il a été demandé à celles qui ont indiqué ne pas exporter si elles avaient déjà envisagé de vendre leurs biens ou services à l'étranger. Une part significative aussi bien des entreprises dirigées par des femmes que des entreprises dirigées par des hommes (31 % et 27 % respectivement) ont répondu par l'affirmative, en faisant toutefois part d'obstacles différents. Les deux préoccupations les plus citées sont l'octroi de financements et le besoin d'informations supplémentaires, soit deux éléments généralement constitutifs de nombreux programmes de promotion des échanges. Parmi les entreprises participantes qui n'avaient pas envisagé d'activités d'exportation, l'écrasante majorité ont indiqué que leur produit n'était pas adapté à l'exportation. Ceci pourrait toutefois changer avec l'accélération de la transition vers le commerce numérique dans de nombreux secteurs de services.

Les entreprises tirant parti des technologies numériques dans le cadre de leurs exportations sont confrontées à des défis technologiques particuliers. Interrogées sur les difficultés qu'elles rencontrent dans l'utilisation des plateformes numériques, les entreprises ont le plus souvent cité le besoin de compétences et de connaissances techniques avancées. Les autres principales difficultés touchant plus particulièrement les entreprises dirigées par des femmes sont le paiement des droits d'accès, le respect des normes juridiques et la concurrence acharnée qui caractérise les plateformes numériques. De façon générale, les entreprises dirigées par des femmes ont plus souvent signalé avoir rencontré des difficultés dans l'utilisation des plateformes numériques en dépit (ou à cause) d'une propension supérieure à utiliser ces technologies.

Dans les pays de l'OCDE, les disparités entre les genres dans l'accès à l'internet sont en moyenne quasi inexistantes. Dans les pays à revenu élevé, 92 % des femmes et 93 % des hommes ont accès à l'internet,

ce qui ne constitue pas une différence statistiquement significative (UIT, 2022^[33]). Dans les pays à revenu intermédiaire supérieur, cet écart dans l'accès à l'internet n'est pas non plus statistiquement significatif (79 % des femmes et 80 % des hommes). Dans les secteurs autres que les secteurs à forte intensité numérique, les femmes et les hommes enregistrent des niveaux comparables de compétences fondamentales en informatique (OCDE, 2018^[34]). Il existe toutefois des différences selon les pays. En Colombie par exemple, les femmes sont moins nombreuses que les hommes à savoir télécharger un logiciel informatique (35 % contre 41 %) (Consejo Nacional De Política Económica y Social, 2022^[35]). On observe de façon plus générale d'importantes disparités entre les genres dans presque tous les pays de l'OCDE dans les emplois nécessitant des compétences numériques approfondies, ce qui s'explique en partie par le faible niveau d'orientation des filles et des femmes vers les filières d'études supérieures scientifiques, technologiques, mathématiques et d'ingénierie.

Les politiques publiques peuvent jouer un rôle clé en aidant les entreprises à surmonter certains de ces obstacles aux échanges internationaux. Les indicateurs de facilitation des échanges (IFE) de l'OCDE permettent d'évaluer toute une série de procédures aux frontières et la mesure dans laquelle ces procédures ont été rationalisées. Les entreprises exportatrices interrogées opérant dans les pays affichant un score élevé au titre des IFE sont moins susceptibles de considérer la difficulté de se familiariser avec les réglementations douanières de leur pays comme un obstacle aux échanges, ce qui souligne l'importance des politiques commerciales pour les femmes cheffes d'entreprise. La suite de ce chapitre va aborder la question plus générale des mesures que les pouvoirs publics peuvent adopter pour soutenir les PME, et notamment les entreprises dirigées par des femmes, dans la mise en place initiale d'activités d'exportation.

Infographie 3.1. Obstacles à l'exportation pour les entreprises dirigées par des femmes



Source : Enquête OCDE-Banque mondiale-Meta sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*), [Data for Good](#) (mars 2022).

Politiques de soutien aux femmes dirigeantes d'entreprise dans leurs activités commerciales

L'analyse ci-dessus laisse entendre que l'écart de genre en matière d'exportation est particulièrement prononcé (autrement dit, les entreprises dirigées par des femmes sont beaucoup moins susceptibles d'exporter que celles dirigées par des hommes) et qu'il est même plus marqué que les disparités de genre

dans l'entrepreneuriat. Par ailleurs, l'écart de genre en matière d'exportation se creuse davantage à mesure que les entreprises se développent.

Dans la mesure où la participation aux marchés internationaux augmente généralement la productivité des entreprises et leur offre de nombreuses possibilités de développement, l'adoption de politiques de soutien en faveur des femmes entrepreneures peut être un moyen facile de promouvoir l'égalité des genres. Pas moins de 127 pays membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ont confirmé cette approche en signant la Déclaration conjointe de Buenos Aires de 2017 sur le commerce et l'autonomisation économique des femmes pour une meilleure prise en compte de la problématique de genre dans les politiques commerciales.

De nombreux pays ont par ailleurs mis en œuvre des politiques visant à aider les femmes entrepreneures à se lancer dans l'exportation, à garantir qu'elles ont accès à des opportunités commerciales et à alléger les obstacles aux échanges et au développement international auxquels les femmes se heurtent plus particulièrement. Certaines politiques ciblent les PME ou ont plus généralement pour but de faciliter l'exercice des activités économiques sans dimension de genre, alors que d'autres soutiennent les femmes entrepreneures sans viser spécifiquement leurs activités commerciales. Certains pays, comme le Canada, l'Irlande et l'Espagne ont développé une stratégie globale de soutien aux femmes entrepreneures et dirigeantes d'entreprise, y compris dans le cadre de leurs activités commerciales. En 2020, l'agence *Enterprise Ireland* a lancé un plan d'action en faveur de l'entrepreneuriat féminin (*Action Plan for Women in Business*) qui mettait au premier rang de ses priorités (au nombre de quatre) le doublement du nombre d'entreprises dirigées par des femmes se développant à l'international (encadré 3.3). Pour renforcer la participation des femmes aux échanges, l'Espagne a quant à elle adopté des mesures spécifiques dans les domaines de l'accès au financement, de la formation des femmes au commerce, des données et de l'information, et de la mise en conformité à la législation espagnole sur l'égalité des genres. La feuille de route de La Serena pour les femmes et la croissance inclusive (*La Serena Roadmap for Women and Inclusive Growth*) de l'APEC (Coopération économique de la zone Asie-Pacifique) propose une orientation stratégique claire pour l'autonomisation économique des femmes, y compris à travers les échanges commerciaux, aux pays souhaitant intégrer des politiques tenant compte des questions de genre et mettre en œuvre des réformes structurelles.

Encadré 3.3. Plan d'action de l'Irlande en faveur de l'entrepreneuriat féminin

L'Irlande s'est engagée dans une stratégie de grande ampleur visant à renforcer la participation des femmes dans l'entrepreneuriat et l'exercice de fonctions dirigeantes depuis le lancement en 2020 de son plan d'action en faveur de l'entrepreneuriat féminin (*Action Plan for Women in Business*). Cette stratégie s'articule autour de quatre objectifs :

1. L'augmentation du nombre d'entreprises établies dirigées par des femmes se développant à l'international ;
2. L'augmentation du nombre de femmes à des postes d'encadrement intermédiaire et supérieur dans les entreprises irlandaises ;
3. L'augmentation du nombre de femmes entrepreneures ;
4. L'augmentation du nombre de start-ups à fort potentiel de croissance dirigées par des femmes.

Augmenter le nombre de femmes aux postes de direction devrait avoir un effet positif sur le vivier de femmes entrepreneures, dans la mesure où les femmes disposant d'une expérience à un poste de haute direction sont plus susceptibles de devenir des entrepreneures axées sur la croissance et de se donner les moyens de réussir (par le biais de réseaux professionnels ou de compétences en gestion et en stratégie d'entreprise). Différentes actions ont été mises en œuvre afin d'encourager toujours plus de femmes à devenir entrepreneures, compte tenu du fait qu'aussi bien l'écart de genre en matière

d'exportation qui affecte les entreprises dirigées par des femmes, que les disparités entre les genres parmi les jeunes entreprises à fort potentiel de croissance, s'expliquent en partie par le vivier plus restreint de femmes qui optent pour l'entrepreneuriat.

L'adoption d'une approche globale s'est traduite par la mise en œuvre de mesures dans tout un ensemble de domaines, comme 1) l'obligation pour les grandes entreprises de publier leurs écarts salariaux ; 2) la sensibilisation, à travers l'agence irlandaise de promotion des exportations (*Enterprise Ireland*), à la nécessité de soutenir les femmes entrepreneures par la création d'un groupe de pilotage de « championnes de l'entrepreneuriat » (*Women In Business Champions*) ; 3) l'organisation de réunions de mise en réseau des femmes dirigeantes d'entreprise en Irlande avec leurs homologues d'Australie et de Nouvelle-Zélande ; ou 4) le développement de missions commerciales de haut niveau réservées aux femmes à destination des États-Unis.

Des objectifs ont été définis à l'horizon 2026 pour chaque volet de ce plan d'action : une augmentation de 100 % du nombre d'entreprises dirigées par des femmes réalisant des échanges à l'échelle internationale ; une augmentation de 100 % du taux de participation des femmes aux programmes de développement des compétences de gestion d'*Enterprise Ireland* ; une augmentation de 50 % des femmes participant aux programmes consacrés aux start-ups ; une augmentation de 50 % du soutien proposé par le *Local Enterprise Office* à l'appui de l'entrepreneuriat féminin ; et une augmentation de la part d'entreprises fondées par des femmes à hauteur de 30 % du total des jeunes entreprises à fort potentiel.

Le doublement du nombre d'entreprises dirigées par des femmes (soit ayant une femme comme directrice générale) prenant part à des échanges internationaux au cours des six prochaines années est un objectif particulièrement ambitieux. Au vu de la situation du début de l'année 2023, cet objectif semble difficile à atteindre, dans la mesure où le taux de référence de 10 % d'entreprises exportatrices dirigées par des femmes enregistré en 2020 n'a augmenté que de quelques points. Ces données ont été recueillies auprès de quelque 5 000 entreprises composant la clientèle d'*Enterprise Ireland*. Les entreprises clientes d'*Enterprise Ireland* sont généralement soit des start-ups à fort potentiel, soit des entreprises établies comptant plus de 10 salariés et ayant déjà des activités d'exportation. *Enterprise Ireland* a élargi sa clientèle de sorte à inclure les entreprises dirigées par des femmes qui ne sont pas encore exportatrices.

Les mesures de soutien en faveur des start-ups à fort potentiel ayant une femme à leur tête ont notamment consisté à la création d'un fonds d'investissement réservé, destiné aux jeunes entreprises dirigées par des femmes à un stade précoce de développement. Les sommes investies sont inférieures à celles d'autres fonds (50 000 EUR) et les critères à respecter pour bénéficier d'investissements complémentaires sont également plus souples. Des fonds ont été prévus pour investir dans 10 à 15 jeunes entreprises sélectionnées, à un rythme de 3 à 4 cycles d'investissement par an. Des formations sont également proposées aux créatrices d'entreprises afin de développer leurs compétences et les aider notamment à promouvoir leurs entreprises auprès des investisseurs et à améliorer leur expertise financière.

Source : Enterprise Ireland (2020^[36]), *2020 Action Plan for Women in Business, Fuelling Growth Through Diversity*, <https://www.enterprise-ireland.com/en/Publications/Reports-Published-Strategies/Action-Plan-for-Women-in-Business.pdf>.

Les politiques commerciales ne sont qu'une composante de l'arsenal de mesures nécessaires pour soutenir les femmes entrepreneures dans le développement d'une activité d'exportation. Les politiques nationales complémentaires favorisant et rémunérant la participation des femmes aux marchés du travail sont tout aussi importantes, si ce n'est plus. Les politiques nationales visant à partager la charge du travail domestique non rémunéré, réduire les écarts salariaux entre les genres, promouvoir les femmes aux postes de direction, lutter contre les disparités dans l'accès au financement, encourager l'intégration des

filles et des femmes dans les filières universitaires et professionnelles des sciences, des technologies, de l'ingénierie et des mathématiques, ou soutenir les entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes dans les procédures de passation de marché public, font partie des grands domaines d'action qui permettent de renforcer la capacité des femmes à diriger et développer des entreprises, y compris à l'échelle internationale.

L'analyse relative aux entreprises dirigées par des femmes entrepreneures qui précède, associée aux travaux antérieurs de l'OCDE (Korinek, Moïsé et Tange, 2021^[18]) (OCDE, 2022^[37]) ainsi qu'aux recherches réalisées par d'autres organisations (Banque mondiale/OMC, 2020^[11]) (ITC, 2015^[25]) (ITC, 2020^[38]), fait ressortir un certain nombre d'aspects des politiques commerciales susceptibles de bénéficier le plus aux femmes entrepreneures et à leurs entreprises. Ceux-ci s'appuient sur les principes suivants :

- intégrer la problématique de genre dans les accords commerciaux ;
- assurer l'accès au marché pour les biens et services produits et consommés par les femmes et leurs entreprises ;
- mettre en œuvre des mesures de facilitation des échanges ;
- garantir un accès inclusif à l'internet et aux espaces numériques ;
- assurer l'accès des femmes exportatrices aux services de promotion des échanges et répondre à leurs besoins ;
- proposer des solutions de financement adaptées (y compris des solutions de financement des échanges) et promouvoir la culture financière ;
- veiller à l'inclusivité des réseaux professionnels et d'entreprises envers les femmes ;
- combler les déficits de données.

Certaines des principales catégories de mesures ciblées adoptées dans les pays de l'OCDE en soutien aux femmes entrepreneures sont présentées ci-dessous, accompagnées d'exemples choisis de dispositifs mis en œuvre.

Intégrer la problématique de genre dans les accords commerciaux

Les pays prévoient de plus en plus souvent des dispositions prenant en compte la dimension de genre dans leurs accords commerciaux. C'est notamment le cas des nouveaux accords commerciaux négociés par le Canada, le Chili, la Nouvelle-Zélande et l'Union européenne¹⁷. L'analyse qui précède révèle qu'une grande partie des disparités de genre en matière d'exportation ne peuvent être expliquées par les caractéristiques des entreprises, et donc que cet écart peut être la conséquence de préjugés inconscients et de normes sociétales plus générales. De nombreux accords commerciaux comprennent des dispositions visant à réaffirmer l'engagement des partenaires commerciaux en faveur du respect des normes internationales en matière d'égalité des genres, comme celles définies par les conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT) sur la non-discrimination et l'égalité de rémunération, ou de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (*Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women*, CEDAW). Ces dispositions peuvent contribuer à garantir l'égalité des droits fondamentaux, notamment si celles-ci sont soumises à un règlement des différends dans le cadre de l'accord.

De plus en plus, les accords commerciaux appellent à la coopération et mettent en œuvre des activités communes entre les partenaires commerciaux visant à réduire les discriminations et les obstacles basés sur le genre dans la participation aux échanges et au marché du travail. L'Arrangement mondial sur le commerce et le genre (AMCG)¹⁸, signé en 2020 par le Canada, le Chili et la Nouvelle-Zélande, rejoints depuis par la Colombie, le Mexique et le Pérou, est un exemple notable d'accord de coopération de grande ampleur axé sur le commerce et l'autonomisation des femmes. L'AMCG offre aux pays adhérents un forum pour partager des bonnes pratiques dans leurs activités commerciales régulières et présenter des politiques nationales plus générales affectant la capacité des femmes à intégrer les marchés du travail et

participer à des échanges, comme l'accès au financement, les politiques de garde et de congés parentaux, la présence des femmes dans les domaines des sciences, des technologies, de l'ingénierie et des mathématiques (STIM), et l'amélioration des compétences numériques et commerciales des femmes (encadré 3.4).

Encadré 3.4. Arrangement mondial sur le commerce et le genre (AMCG)

L'Arrangement mondial sur le commerce et le genre (AMCG) est un accord de coopération conclu le 5 août 2020 entre le Canada, le Chili et Nouvelle-Zélande. Ces pays ont été rejoints par le Mexique le 6 octobre 2021 lors d'une cérémonie tenue dans les locaux de l'OCDE, puis par la Colombie et le Pérou le 13 juin 2022. Cet accord a pour objectif d'« [encourager] l'adoption de politiques sur le commerce et le genre qui se renforcent mutuellement, et [d'ouvrir] la voie à de nouvelles possibilités d'accroître la participation des femmes au commerce dans le cadre d'efforts globaux pour améliorer l'égalité des genres et le pouvoir économique des femmes ». L'AMCG est un outil complet conçu pour assurer la mise en pratique de politiques commerciales et garantir que ces dernières soutiennent les femmes. Il a pour objectif d'améliorer l'accès des femmes aux possibilités en matière de commerce et d'investissement, ainsi que l'élimination des obstacles auxquels elles se heurtent en matière d'entrepreneuriat et de participation aux marchés du travail, reconnaissant que ces efforts contribuent à la prospérité, à la compétitivité et au bien-être de la société.

Il s'agit d'un accord global en ce sens qu'il couvre les domaines du commerce, du marché du travail national et des politiques de genre. Il reconnaît l'importance pour les participants de ne pas affaiblir ou réduire la protection que leurs lois et règlements respectifs confèrent en matière d'égalité des genres sous prétexte de favoriser les échanges commerciaux ou les investissements. L'AMCG engage également les participants à :

- appliquer leurs lois et règlements qui font la promotion de l'égalité entre les sexes et favorisent l'accès des femmes aux possibilités économiques ;
- mettre en œuvre conjointement des activités de coopération visant à favoriser la participation des femmes au commerce international ;
- éviter toute forme de discrimination fondée sur le genre dans l'octroi de permis et de certifications dans le secteur des services ;
- coopérer et partager ses pratiques exemplaires pour éliminer toute forme de discrimination au travail, qu'elle soit liée au sexe, à la grossesse, à la possibilité de grossesse, à la maternité, au genre et à l'identité de genre ou à l'orientation sexuelle ;
- encourager les entreprises opérant sur leur territoire à intégrer dans les politiques internes les principes d'égalité des genres ;
- unir leurs efforts au sein de différentes instances internationales, notamment l'Organisation mondiale du commerce, l'Organisation de coopération et de développement économiques et la Coopération économique pour l'Asie-Pacifique, pour faire progresser les questions liées au commerce et à l'égalité des genres.

L'AMCG prévoit la création d'un groupe de travail chargé de déterminer, de coordonner, de mettre en œuvre et de rendre compte des activités à mener avec les parties prenantes.

Il met en outre en évidence les domaines dans lesquels les échanges affectent les femmes de façon disproportionnée et la manière dont les pouvoirs publics peuvent agir pour remédier à ces situations. Le texte de cet accord et les activités qu'il promeut peuvent également être utilisés pour appuyer le développement de l'inclusion dans les accords commerciaux régionaux.

Source : Gouvernement du Canada (s.d.[39]), *Global Trade and Gender Arrangement*, https://www.international.gc.ca/trade-commerce/inclusive_trade-commerce_inclusif/itag-gaci/arrangement.aspx?lang=eng.

Assurer l'accès au marché pour les biens et services produits et consommés par les femmes et leurs entreprises

L'un des moyens d'action dont disposent les responsables des politiques commerciales pour soutenir les femmes consiste à donner la priorité, dans le cadre des négociations d'accès aux marchés, aux secteurs où les femmes travaillent et dirigent des entreprises, et plus particulièrement les marchés de services, dans lesquels les obstacles aux échanges sont généralement plus importants. Comme cela a pu être souligné précédemment, les femmes travaillent et dirigent des entreprises en majorité dans les secteurs de services, et les négociations commerciales pourraient offrir une occasion intéressante d'améliorer l'accès aux marchés des entreprises dirigées par des femmes¹⁹. Les engagements de services sont souvent élargis par l'établissement d'équivalences dans les obligations relatives aux qualifications, mais aussi par l'harmonisation et la reconnaissance mutuelle des normes techniques et des exigences en matière de licence. Ces engagements couvrent également le mouvement des prestataires de services entre différents pays partenaires commerciaux. La base de données sur les réglementations de l'Indice de restrictivité des échanges de services de l'OCDE intègre des indicateurs sur les obstacles à l'échange de services dans 50 pays, lesquels peuvent être utilisés pour comparer les restrictions pesant sur les services des partenaires commerciaux dans 22 secteurs de services différents.

En décembre 2021, 67 pays membres de l'OMC ont convenu d'une initiative conjointe sur la réglementation intérieure des services²⁰ incluant, pour la première fois dans l'histoire de l'OMC, une clause relative à la non-discrimination entre les femmes et les hommes. Autrement dit, les pays signataires se sont engagés à n'exercer aucune discrimination entre les genres dans le cadre de l'adoption et de l'application de mesures liées à l'agrément de prestataires de services.

Afin de comprendre les incidences des accords commerciaux sur les travailleurs, les consommateurs et les entrepreneurs, il convient de réaliser des évaluations d'impact *ex ante* s'appuyant sur une analyse par genre des différents effets, comme le suggère l'OIT (2011^[40]), ainsi que la Banque mondiale et l'OMC (Groupe de la Banque mondiale et OMC, 2020^[11]). Dans la mesure où la présence des femmes en tant qu'employées et entrepreneuses est disproportionnée dans certains secteurs par rapport à celle des hommes, elles sont affectées de manière différente par les possibilités de développement et par la concurrence découlant d'accords commerciaux. La mesure de ces effets permet d'éclairer les stratégies de négociation, par exemple en donnant la priorité aux secteurs où les femmes exportent afin d'accéder aux marchés de pays partenaires.

Mettre en œuvre des mesures de facilitation des échanges

L'analyse qui précède a permis de déterminer que 30 % de l'écart de genre en matière d'exportation peut être attribué à la taille inférieure des entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes. Cette moindre taille fait que les entreprises dirigées par des femmes sont plus durement touchées par les procédures aux frontières exagérément fastidieuses et peu transparentes qui augmentent d'autant plus les coûts commerciaux pour les petites entreprises (ITC, 2019^[41] ; Banque mondiale/OMC, 2020^[11]). L'écart de genre en matière d'exportation est également plus prononcé dans l'industrie manufacturière, où les échanges sont plus importants et dans laquelle les mesures de facilitation des échanges sont les plus efficaces.

Les réformes de facilitation des échanges renforçant l'efficacité des procédures aux frontières peuvent permettre de réduire en moyenne de plus de 10 % les coûts commerciaux pour les pays de l'OCDE. Par rapport aux grandes entreprises, les petites entreprises tirent en outre davantage parti des améliorations apportées à l'environnement général de facilitation des échanges (López González et Sorescu, 2019^[42]). Il est démontré que même de légères améliorations des politiques de facilitation des échanges, par exemple en matière de transparence, d'automatisation et de rationalisation des procédures aux frontières, associées à une coopération entre les agences frontalières, ont une incidence positive sur les exportations

de colis à hauteur de 6 % à 14 % (López González et Sorescu, 2021^[43]). Une facilitation accrue des échanges de colis peut davantage affecter les entreprises appartenant à des femmes car celles-ci ont plus tendance à exporter à destination des particuliers, alors que les entreprises dirigées par des hommes exportent plus à destination d'autres entreprises.

De nombreux pays ont adopté des politiques de facilitation des échanges qui ont permis de réduire les obstacles à l'exportation et à l'importation. Une comparaison de ces mesures est proposée par l'OCDE dans l'ensemble de données des Indicateurs de facilitation des échanges²¹. Dans la mesure où les femmes entrepreneures disposent d'un temps disponible plus limité que les hommes en raison de responsabilités non rémunérées plus nombreuses au sein de leur foyer, les mesures de facilitation des échanges destinées à simplifier les procédures d'importation et d'exportation leur bénéficient tout particulièrement. Une automatisation renforcée des procédures aux frontières s'avère essentielle pour faciliter les passages aux frontières et les programmes d'exportateurs privilégiés contribuent à accélérer les échanges. Certains pays ciblent tout particulièrement les femmes exportatrices dans le cadre de leurs dispositifs de facilitation des échanges. En Australie par exemple, l'agence de promotion des exportations AusTrade a développé un programme appelé *Women in Export* proposant des ressources, des conseils et des informations sur les marchés spécifiquement destinés aux femmes exportatrices.

Garantir un accès inclusif à l'internet et aux espaces numériques

Les observations décrites ci-dessous, appuyées par notre expérience collective tout au long de la pandémie de COVID-19, mettent en évidence l'importance du commerce électronique et d'un accès en ligne aux informations, aux clients et aux fournisseurs. La transformation numérique peut contribuer à instaurer des règles du jeu équitables en offrant un meilleur accès aux intrants numériques et aux marchés internationaux, y compris dans les secteurs de services où les femmes sont davantage présentes. On l'a vu, les entreprises exportatrices sont beaucoup plus susceptibles de réaliser des ventes en ligne et d'utiliser des plateformes numériques. Veiller à ce que les entreprises dirigées par des femmes jouissent d'un accès abordable à l'internet et aux plateformes en ligne peut ainsi contribuer à réduire les disparités entre les genres.

Bien que les femmes et les hommes bénéficient d'un accès à l'internet dans les mêmes proportions dans la majorité de la zone OCDE, cela n'est pas nécessairement le cas dans tous les pays. Dans les pays à revenu élevé, 92 % des femmes et 93 % des hommes disposent d'un accès à l'internet. Dans les pays à revenu intermédiaire supérieur toutefois, l'écart entre les genres se creuse, puisque les femmes ont accès à l'internet à hauteur de 51 % et les hommes à 61 % (UIT, 2022^[33]). Lorsque l'accès à l'internet est indisponible, lent ou inabordable, les entreprises dirigées par des femmes sont particulièrement touchées en raison de leur forte présence en ligne. Les entreprises dirigées par des femmes étant en outre moins bien financées, elles sont plus sévèrement pénalisées par les coûts élevés d'un accès aux réseaux à haut débit. Pour permettre aux entreprises dirigées par des femmes de s'engager sur les marchés internationaux, il est ainsi essentiel de veiller à ce qu'elles bénéficient d'un accès à haut débit.

Une grande partie des postes très recherchés et hautement rémunérés aujourd'hui nécessitent des compétences numériques avancées, au même titre que l'établissement de prévisions. Bien que dans les pays de l'OCDE un même niveau de compétences numériques soit généralement exigé des femmes et des hommes pour les emplois dans les secteurs dont l'intensité numérique est moins forte, dans les secteurs à forte intensité numérique des disparités importantes subsistent entre les genres en termes de compétences dans les TIC. Cela s'explique en partie par la plus faible représentation des femmes et des filles dans les filières universitaires des STIM (sciences, technologie, ingénierie ou mathématiques) dans les pays de l'OCDE. Même si de nombreux gouvernements ont mis en œuvre des politiques spécifiques pour lutter contre cette tendance, les résultats sont à ce jour peu concluants (OCDE, 2022^[44]). Par ailleurs, lorsque les femmes suivent des études dans les filières des STIM, elles choisissent souvent des voies

professionnelles différentes, un phénomène décrit par la métaphore du « tuyau percé » par les professionnels des technologies.

Assurer l'accès des femmes exportatrices aux services de promotion des échanges et répondre à leurs besoins

Les observations présentées ci-dessus suggèrent que les femmes exportatrices réalisent des échanges avec un nombre plus restreint de pays et vendent davantage aux particuliers qu'aux entreprises, ce qui peut freiner les efforts de développement des exportations des entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes. Par ailleurs, une part importante de l'écart de genre en matière d'exportation ne peut être attribué aux différences de caractéristiques des entreprises, ce qui laisse penser que des mesures ciblées de soutien aux exportations des femmes entrepreneures pourraient permettre de réduire ces disparités. Dans la plupart des pays, les organismes de promotion des échanges sont chargés non seulement de proposer aux entreprises exportatrices existantes ou potentielles des informations et services spécialisés, mais aussi d'organiser des missions commerciales. L'APEC (Coopération économique de la zone Asie-Pacifique) a ainsi créé une boîte à outil²² à destination des organismes de promotion des échanges afin de mieux comprendre les difficultés qu'ils rencontrent dans la fourniture de services d'aide qui tiennent compte des questions de genre, et leur propose des recommandations pour soutenir les femmes entrepreneures dans la préparation d'une activité d'exportation et dans le renforcement de leur capacité à accéder aux marchés mondiaux.

Les services de promotion des échanges se révèlent plus efficaces lorsqu'ils ciblent l'étape pendant laquelle les entreprises se préparent à lancer une activité d'exportation. Les entreprises exportatrices à un stade précoce peuvent tirer parti de dispositifs assurant une évaluation de leur degré de préparation à l'exportation, ainsi que d'informations sur les procédures d'exportation. Affaires mondiales Canada, AusTrade et le Centre du commerce international, par exemple, mettent à la disposition des entreprises des outils d'évaluation en ligne du degré de préparation à l'exportation. Le Service des délégués commerciaux du Canada propose des guides détaillés²³ à destination des femmes dirigeantes d'entreprise qui exportent vers l'Union européenne dans le cadre de l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'UE. D'autres guides sont consacrés à des aspects spécifiques des activités d'exportation, comme les procédures douanières ou la gestion de la chaîne d'approvisionnement.

Les exportateurs plus aguerris tendent à davantage tirer parti de réseaux d'entreprises plus développés, ainsi que de services mieux adaptés à leurs besoins spécifiques, et ce, afin de réduire l'écart de genre en matière d'exportation qui s'accroît avec la taille des entreprises. Au Chili, le programme *Mujer Exporta* de l'agence de promotion des échanges ProChile propose des formations à l'exportation, des conseils en planification (y compris relativement à la transformation numérique), un accompagnement personnalisé, des ateliers et des réseaux de soutien destinés aux femmes exportatrices. Le Mexique a mis en œuvre un programme du même ordre en soutien des femmes exportatrices, prévoyant également l'organisation de missions commerciales.

La Nouvelle-Zélande a déployé des efforts afin de renforcer l'inclusivité des échanges et sa « stratégie du commerce pour tous » (*Trade for All*) comporte une forte dimension de genre. En 2022, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce de Nouvelle-Zélande s'est associé à l'OCDE pour établir la toute première analyse du commerce et du genre (*Trade and Gender Review*) consacrée à la Nouvelle-Zélande. Cette analyse définit une liste de recommandations visant à rendre les échanges plus favorables aux femmes néo-zélandaises. L'un des domaines devant faire l'objet de réformes est la politique du pays en matière de promotion des échanges et ces réformes ont commencé à être mises en œuvre par l'agence spécialisée *New Zealand Trade and Enterprise* (encadré 3.5).

Parmi les enseignements tirés de l'expérience néo-zélandaise, il apparaît que les femmes dirigeantes d'entreprise peuvent ne pas avoir connaissance des services de promotion des exportations à leur disposition, ce qui peut être dû au fait que leurs réseaux d'entreprises ne sont pas suffisamment

développés. Pour atteindre les femmes dirigeantes d'entreprise, les organismes de promotion des exportations peuvent tirer parti de leurs réseaux, mais également s'engager plus activement auprès elles. Les observations décrites précédemment (selon lesquelles, bien que les entreprises dirigées par des femmes soient moins susceptibles de prendre part à des activités d'exportation, lorsqu'elles exportent elles le font dans une même mesure que les entreprises dirigées par des hommes) laissent penser qu'il peut être utile de cibler les services de promotion des exportations sur les entreprises qui n'exportent pas encore, et ce, de façon à réduire les disparités entre les genres. Certains organismes de promotion des exportations allègent les exigences en matière de fonds propres ou élargissent les catégories de taille d'entreprises qu'elles ciblent afin d'inclure les entreprises dirigées par des femmes ou des personnes issues de minorités.

Encadré 3.5. Comment l'agence de promotion des exportations de Nouvelle-Zélande a renforcé son soutien aux femmes exportatrices

En 2021, le ministère néo-zélandais des Affaires étrangères et du Commerce s'est associé à la Direction des échanges et de l'agriculture de l'OCDE afin de réaliser la première analyse consacrée au commerce et au genre en Nouvelle-Zélande. Cette analyse a été lancée en juin 2022 en marge de la Réunion ministérielle de l'OCDE. Travaillant en étroite collaboration avec différents organismes publics de Nouvelle-Zélande, dont l'agence de promotion des exportations *New Zealand Trade and Enterprise* (NZTE), l'OCDE a établi différentes recommandations de réformes de l'action publique dans 11 domaines, avec pour objectif de renforcer le soutien aux femmes entrepreneures. La promotion des échanges était l'un des domaines visés. La NZTE a mis en œuvre une grande partie de ces recommandations pour mieux soutenir les entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes dans le développement de leurs activités d'exportation. Les principales réformes adoptées suite à cette analyse sont répertoriées ci-dessous :

Tableau 3.2. Intégration de la dimension de genre dans l'agence de promotion des exportations de la Nouvelle-Zélande

Mesure adoptée par la NZTE	Recommandation de l'OCDE
Définition d'un objectif de doublement du nombre de femmes dans les entreprises soutenues par la NZTE à l'horizon 2026	Des objectifs prenant en compte la dimension de genre pourraient être envisagés afin d'encourager l'inclusion d'entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes dans les 1 400 entreprises suivies (« <i>Focus firms</i> », autrement dit des entreprises soutenues par la NZTE).
Les femmes représentent aujourd'hui 16 % des entreprises soutenues par la NZTE. La collecte de données a été élargie de manière à inclure des aspects comme : le nombre d'entreprises suivies dans lesquelles des femmes occupent des fonctions décisionnelles par secteur d'exportation, le nombre des femmes conseillères (« <i>Beachheads</i> ») mises en relation avec des exportateurs, les investissements assurés par la NZTE au profit d'entreprises dirigées par des femmes par cycle d'investissement, le nombre de personnes participant directement au programme <i>Women in Export</i> et aux événements associés, ou encore le nombre de nouvelles clientes de la plateforme en ligne MyNZTE.	La NZTE pourrait améliorer sa base de connaissance en matière d'engagement auprès des femmes entrepreneures en recueillant des informations sur le nombre des contacts établis par des femmes ou d'entreprises dirigées par des femmes prenant contact avec l'agence, et sur la proportion d'entre elles qui deviennent clientes.
Définition d'un objectif de participation des femmes au programme de conseillers de la NZTE à hauteur de 40 % en 2023, puis de 50 % en 2024 (contre 25 % en 2022). La NZTE a développé une communauté en ligne dynamique à travers LinkedIn et a établi des partenariats avec différentes organisations professionnelles de femmes.	La NZTE pourrait poursuivre ses efforts d'engagement auprès des réseaux professionnels de femmes et des réseaux de femmes propriétaires et dirigeantes de petites entreprises, afin de mieux faire connaître son offre de services et veiller à ce que les procédures d'accès aux aides à la promotion des échanges soient comprises.

<p>Création et développement du rôle de responsable de l'exportation (« <i>Export Lead</i> ») spécialisé dans le soutien aux femmes entrepreneures</p>	<p>La Nouvelle-Zélande doit être saluée pour avoir donné la priorité à la promotion des échanges [...] On pourrait envisager de pérenniser le rôle de responsable des exportations (« <i>Women in Export Lead</i> ») afin de garantir un développement du soutien proposé sur la durée.</p>
<p>La NZTE a défini un objectif de 40 % de femmes parmi les participants aux missions commerciales d'ici à 2023, puis de 50 % à l'horizon 2024. Les invitations aux missions commerciales ont été volontairement adressées à des publics diversifiés. Les données factuelles relatives aux récentes missions commerciales laissent apparaître que le niveau de participation par genre est proche de la parité.</p>	<p>Il convient de veiller à ce que les femmes soient représentées dans les conférences et missions commerciales de la Nouvelle-Zélande. Il pourrait s'agir, dans un premier temps, de développer une approche plus volontaire de la participation aux missions commerciales, ce qui passerait notamment par l'élaboration d'une stratégie encourageant une meilleure représentation des femmes. Une telle approche nécessiterait la collecte de données ventilées par genre sur la participation aux délégations commerciales.</p>
<p>Les données relatives aux investissements recueillies en juin 2022 indiquent que les entreprises dirigées par des femmes lèvent 1.67 fois moins de fonds que les entreprises dirigées par des hommes dans le cadre des cycles d'investissement de préamorçage et de série A soutenus par la NZTE. Les femmes comptent pour 21 % des objectifs d'investissement de la NZTE, mais pour seulement 17 % des contrats signés et 7 % du total des capitaux levés. Des travaux sont actuellement en cours, notamment en collaboration avec l'université d'Auckland, pour examiner le comportement des investisseurs et les écosystèmes d'investissement.</p>	<p>Il est également important de recueillir des données ventilées par genre sur les initiatives d'investissement de la NZTE de sorte à contrôler le montant des investissements affectés aux entreprises dirigées par des femmes. Lorsque les investissements dans les entreprises dirigées par des femmes sont insuffisants, un examen plus approfondi de l'écosystème des entreprises dirigées par des femmes pourrait être réalisé afin de mieux comprendre comment mettre en relation les entrepreneurs et les investisseurs, et mettre les entreprises en avant de façon efficace.</p>
<p>Différentes cohortes constituées uniquement de femmes ou regroupant à la fois des femmes et des hommes ont été formées pour compléter les réseaux dont les femmes ont besoin pour développer leurs entreprises au niveau mondial. Pas moins de 500 femmes ont participé aux 13 événements <i>Women in Export Leadership</i> entre février et juin 2022. Le podcast <i>Women in Export</i> a été diffusé pour la première fois en mai 2022 et 4 000 auditeurs ont été enregistrés le premier mois.</p>	<p>Le réseau de femmes exportatrices de la NZTE pourrait être développé, que ce soit en proposant des formations dans les domaines où les femmes entrepreneures estiment avoir besoin de soutien, par l'organisation des sessions d'information sur les procédures nécessaires dans les différents aspects des activités d'importation et d'exportation, en collaborant avec les représentants des pouvoirs publics sur le contenu et les implications d'accords commerciaux spécifiques, ou encore en mettant en avant la réussite de femmes entrepreneures et leur parcours dans le développement d'activités d'exportation.</p>
<p>Définition d'un objectif de réduction de moitié du nombre d'entreprises suivies sans femmes à des postes décisionnels (soit de 39 % à 20 %) à l'horizon 2026</p>	<p>Aucune recommandation spécifique</p>
<p>Élaboration d'un code de conduite visant à limiter les comportements toxiques identifiés comme étant un problème affectant plus durement les femmes</p>	<p>Aucune recommandation spécifique</p>
<p>Collaboration avec un incubateur afin de renforcer l'inclusion et la participation des femmes créatrices d'entreprises</p>	<p>Aucune recommandation spécifique</p>

La NZTE s'est donné pour objectif de doubler d'ici à 2026 le nombre d'entreprises dirigées par des femmes soutenues dans le cadre de ses activités de promotion des échanges. Elle compte pour cela mettre notamment en œuvre les mesures suivantes : encourager ses responsables de clientèle à prendre contact de manière active avec les femmes cheffes d'entreprise ; communiquer plus largement sur les services de promotion des exportations qu'elle propose et sensibiliser les femmes dirigeantes d'entreprise aux activités d'exportation à travers des événements dédiés, des réseaux de femmes en ligne ou des réseaux de cohortes ; augmenter le nombre de femmes conseillères expérimentées financées par la NZTE (« *Beachheads* ») en soutien aux entreprises exportatrices ; et mettre en avant la réussite de femmes en matière d'exportation, par des publications en ligne, un podcast et des événements dédiés. Il est intéressant de noter que la NZTE s'est également donné pour objectif de diviser par deux le nombre d'entreprises qu'elle soutient dans lesquelles des femmes n'occupent pas de postes décisionnels. Elle compte en grande partie atteindre cet objectif grâce à des initiatives de sensibilisation, de communication et d'influence. Les missions commerciales de NZTE visent à une

parité de genre d'ici à 2024 et les données relatives à de récentes missions commerciales tendent à montrer que cette parité a déjà été atteinte.

La NZTE a de toute évidence déployé d'importants efforts et agi promptement pour établir des objectifs ambitieux en soutien aux femmes exportatrices, et s'efforce de les atteindre de manière active par des moyens variés. La NZTE doit être saluée aussi bien pour l'étendue des mesures adoptées que pour la rapidité de la mise en œuvre de ses politiques en faveur des femmes dirigeantes d'entreprise.

Source : *OECD Trade and Gender Review, NZTE Board Report August 2022, NZTE Women in Export Report for FY 2022.*

Les organismes de promotion des échanges soutiennent également les entreprises exportatrices par l'organisation de missions commerciales qui permettent aux entrepreneurs de tirer parti des réseaux établis par les responsables du commerce dans les pays partenaires. Les efforts visant à contrôler et garantir la parité de genre dans la participation à ces missions donnent aux femmes entrepreneures la possibilité d'établir de nouveaux contacts et de tirer avantage de nouveaux débouchés commerciaux. Certains pays et organisations, comme le Canada, le Chili, les États-Unis, la Suisse ou l'*Organization of Women in International Trade* (OWIT) organisent des missions commerciales réservées uniquement aux femmes. L'OWIT est une organisation dirigée à titre bénévole par des femmes qui rassemblent des dirigeantes d'entreprise dans le domaine du commerce international et propose tout un réseau de services (encadré 3.6).

Encadré 3.6. *Organization of Women in International Trade* (OWIT)

L'*Organization of Women in International Trade* (OWIT) est un réseau bénévole de femmes entrepreneures spécialisées dans le commerce international. *OWIT International* est l'organisation-cadre qui regroupe toutes les sections locales indépendantes établies dans les différentes régions géographiques. Ces sections locales organisent des programmes et événements permettant à leurs membres de se former, d'établir de nouveaux contacts et de lier des relations professionnelles au sein de leurs cercles d'affaires. Les membres des sections locales sont membres de fait du réseau mondial *OWIT International*, lequel compte plus de 2 000 affiliées. Des sections locales ont ainsi été fondées en Afrique (4 sections), aux Amériques (17 sections) et en Europe (3 sections). *OWIT International* encourage la création de sections locales dans les régions où aucun groupe structuré n'existe encore.

Les sections de l'OWIT sont chargées d'organiser des événements visant à encourager le développement de réseaux et le partage d'informations relatives aux procédures d'exportation et aux difficultés y afférentes. L'objectif est notamment de permettre aux femmes entrepreneures de mieux comprendre et tirer parti des accords commerciaux, profiter d'outils numériques pour faciliter les opérations d'exportation, le développement de marque et la commercialisation, protéger leur marque et leur propriété intellectuelle, exploiter le potentiel des partenariats, établir des relations avec les sections locales de régions spécifiques ou encore formaliser leurs MPME.

En février 2022, les sections de Toronto et de Monterrey ont organisé, en collaboration avec les délégués commerciaux du Canada des villes de Mexico et Monterrey, une mission commerciale au Mexique à l'intention des femmes entrepreneures canadiennes souhaitant saisir des nouvelles opportunités de développement et nouer des relations commerciales. Les participantes opéraient dans le secteur public et dans les secteurs de l'industrie manufacturière, de l'informatique et de l'enseignement. Cette mission avait pour objectif de promouvoir les entreprises canadiennes dirigées par des femmes auprès de dirigeants d'entreprises (hommes et femmes) au Mexique et les familiariser avec le marché mexicain. En mars 2022, la section de Toronto a animé un webinaire consacré à

l'exportation vers le Mexique, en particulier dans le secteur agro-alimentaire, destiné à aider les femmes dirigeantes d'entreprise souhaitant accéder au marché mexicain dans le cadre de l'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM). Ce webinaire proposait notamment des informations sur les procédures d'exportation vers le Mexique, ainsi que des réunions virtuelles interentreprises mettant en relation les entreprises participantes avec des acheteurs ou des partenaires potentiels.

Source : OWIT (s.d.^[45]), *Homepage*, <https://owit.org/>.

Proposer des solutions de financement adaptées (y compris des solutions de financement des échanges) et promouvoir la culture financière

Comme indiqué précédemment, les femmes sont moins susceptibles que les hommes de bénéficier de crédits et d'investissements par fonds propres. Les femmes souhaitant développer une activité d'exportation considèrent en outre que l'un des principaux obstacles auxquels elles sont confrontées est l'accès au financement (voir la section ci-dessus consacrée aux obstacles à l'exportation). Pour éliminer les obstacles à l'accès aux crédits et aux investissements par fonds propres, ainsi qu'au financement des exportations, certains pays ont mis en place des dispositifs ciblés spécifiques. L'agence canadienne de crédit à l'exportation (Exportation et développement Canada) propose aux entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes un éventail de solutions financières, ainsi que des informations sur les échanges internationaux, dont elles ont besoin pour se développer dans le cadre plus général de la stratégie nationale de diversification des exportations (encadré 3.7). Le programme de financement du commerce mondial à l'intention des femmes (*Banking on Women Global Trade Finance Programme*, BOW-GTFP) de la Société financière internationale a pour objectif de réduire les disparités entre les genres en matière de financement des échanges, d'une part, en incitant les banques partenaires dans les marchés émergents à octroyer davantage de prêts aux femmes entrepreneures pour leurs activités d'importation et d'exportation, et, d'autre part, en encourageant les banques partenaires à mieux soutenir les PME appartenant à des femmes²⁴. Certains travaux de recherche ont mis en évidence les disparités qui existent entre les genres en matière de culture financière, ainsi que la nécessité pour les institutions financières de prendre davantage en considération la dimension de genre, et des programmes ont d'ores et déjà été mis en place dans certains pays pour réduire ces obstacles. Au Chili, la banque publique Banco Estado propose des formations dans le but de renforcer les connaissances financières des femmes et leurs compétences en matière de gestion.

Encadré 3.7. Généralisation du soutien aux PME détenues et dirigées par des femmes au Canada

Le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) propose des services gratuits visant permettre aux entreprises canadiennes de se développer et prospérer sur les marchés internationaux. Conformément à la stratégie nationale de diversification du commerce, le SDC élabore des programmes sur mesure en soutien aux entreprises détenues par des groupes traditionnellement sous-représentés dans les échanges internationaux, dont les PME détenues et dirigées par des femmes. On constate en effet une sous-représentation dans les exportations du Canada, puisqu'elles ne représentent que 14.5 % de l'ensemble des PME exportatrices du pays. Bien que cela soit en grande partie dû à une disparité de genre dans l'entrepreneuriat de manière générale, un certain nombre d'obstacles sont plus souvent cités par les femmes que par les hommes en matière d'exportation, en tête desquels les difficultés de financement et de trésorerie, d'une part, et une connaissance insuffisante des marchés, d'autre part. Affaires mondiales Canada œuvre à aider les PME détenues et dirigées par des femmes à surmonter ces obstacles dans leur grande majorité, notamment en les

informant sur les services, les financements et les réseaux à leur disposition, et en collaborant de façon proactive avec ces entreprises pour éliminer les difficultés qu'elles rencontrent dans l'accès aux marchés internationaux.

Le SDC a élaboré différents types de programmes avancés pour les femmes exportatrices, dont un réseau de champions de la diversité établis dans les bureaux régionaux de l'organisation, assurant un soutien au niveau local pour les PME détenues et dirigées par des femmes et autres catégories d'exportateurs sous-représentés.

Les programmes axés sur les femmes incluent également des initiatives visant des groupes précis, comme les missions commerciales vers des marchés internationaux organisées spécifiquement pour les entreprises appartenant à des femmes et dirigées par des femmes. Ces missions commerciales sont développées par les ambassades ou consulats canadiens et les entreprises bénéficient du soutien de délégués commerciaux, lesquels les aident dans leurs préparatifs en amont du départ, dans l'organisation de réunions interentreprises et dans l'établissement de contacts une fois sur site. Les entreprises canadiennes prenant part aux missions commerciales organisées par le SDC pour les groupes sous-représentés dans les échanges internationaux peuvent demander à bénéficier d'une prise en charge de 50 % du coût de participation au titre du programme de financement des PME « CanExport ». Entre autres activités et initiatives, le SDC propose également des formations et des séances de préparation à travers des programmes d'accélérateur.

Exportation et développement Canada (EDC), l'agence canadienne de crédit à l'exportation, a elle aussi mis en place une stratégie dédiée de soutien aux entreprises appartenant à des femmes, des populations autochtones, des minorités ethniques, des personnes souffrant d'un handicap ou des membres de la communauté 2SLGBTQ+. Elle vient en aide aux exportateurs potentiels de quatre manières différentes :

- par l'apport de connaissances (ressources en ligne gratuites et ressources dédiées dans le cadre du programme en faveur du commerce inclusif) ;
- en proposant une assurance pour les crédits à l'exportation (afin de couvrir les risques accrus de non-paiement inhérents aux activités d'exportation) ;
- par l'octroi de financement pour les exportateurs et de garanties financières auprès d'institutions bancaires commerciales ;
- par la mise en relation avec des réseaux établis, dont 20 bureaux d'Exportation et développement Canada.

EDC s'est donné pour objectif d'atteindre un total de 2 000 femmes entrepreneures et de faciliter l'attribution de 6 milliards CAD (4.5 milliards USD) pour des activités commerciales entre 2018 et 2023. À la fin de l'année 2021, 1 900 femmes dirigeantes d'entreprise avaient bénéficié d'une aide et 5.2 milliards CAD (3.9 milliards USD) avaient été attribués. (Ces objectifs englobent les prêts, les garanties de prêt, les assurances pour les crédits à l'exportation, ainsi qu'un ensemble vaste et hétérogène de types d'aides.)

L'accès aux capitaux est l'un des principaux obstacles à la croissance des entreprises détenues et dirigées par des groupes en quête d'équité. Pour remédier à cette difficulté, EDC a mobilisé 200 millions CAD (150 millions USD) sous forme de prise de participation au titre de son nouveau Programme d'investissement pour le commerce inclusif. Ce programme prévoit une enveloppe précédemment approuvée de 100 millions CAD (75 millions USD) en faveur du programme d'investissement « Femmes en commerce », et de 100 millions CAD afin de soutenir d'autres groupes en quête d'équité.

Le programme accompagne les femmes et les créateurs d'entreprises issus de la diversité à l'aide de financements, du stade d'amorçage aux cycles d'investissement de série B. Des entités en commandite

simple ont également été créées avec des fonds d'investissements établis, dans le but de soutenir conjointement les entreprises dirigées par des femmes et des groupes issus de la diversité.

Source : EDC (s.d.^[46]), 2021 *Integrated Annual Report*, <https://www.edc.ca/en/about-us/corporate/corporate-reports/2021-annual-report.html>; Gouvernement du Canada (s.d.^[47]), *Business Women in International Trade*, <https://www.tradecommissioner.gc.ca/businesswomen-femmesdaffaires/index.aspx?lang=eng>.

Certains des programmes mis en œuvre pour alléger les contraintes financières des entreprises pendant la pandémie de COVID-19 ciblaient spécifiquement les entreprises confrontées aux obstacles les plus importants en matière d'accès au financement, comme les femmes, les minorités ethniques ou les populations isolées. Aux États-Unis, l'élargissement du programme de protection des salaires (*Paycheck Protection Program*) annoncé en février 2021 prévoyait l'affectation de 1 milliard USD, sur une enveloppe totale de 7 milliards USD, au soutien aux entrepreneurs individuels établis dans les zones à revenu faible ou modéré (OCDE, 2022^[26]). Pendant une période de 14 jours, seules les entreprises de moins de 20 salariés pouvaient déposer une demande pour bénéficier de cette formule de prêt donnant la priorité aux entrepreneurs individuels. Les chiffres de mars 2021 montrent que, pendant cette période de 14 jours, les prêts aux entreprises détenues par des personnes issues des minorités ont augmenté de 20 % (soit un total de 1 000 entreprises supplémentaires par jour), les prêts aux entreprises appartenant à des femmes ont quant à eux connu une augmentation de 14 % (soit 600 nouvelles entreprises par jour) et les prêts aux petites entreprises en zone rurale ont augmenté de 12 % (OCDE, 2022^[26]).

Veiller à l'inclusivité des réseaux professionnels et d'entreprises envers les femmes

L'une des difficultés particulièrement bien attestées auxquelles les femmes entrepreneures et les femmes dirigeantes d'entreprise sont confrontées est que leurs réseaux ne sont pas suffisamment développés (Korinek, Moïse et Tange, 2021^[18]). Les femmes signalent par ailleurs ne profiter que dans une moindre mesure des avantages liés aux réseaux professionnels et d'entreprises traditionnels où les hommes occupent une place prépondérante (ITC, 2019^[41]). Dans différents pays et secteurs d'activité, les femmes ont constitué leurs propres réseaux professionnels même si, dans certains cas, ces réseaux leur offrent moins de possibilités d'accès et ne leur permettent pas de faire entendre leur voix. En Nouvelle-Zélande par exemple, malgré l'engagement massif des parties prenantes des pouvoirs publics en faveur des priorités issues des négociations dans le cadre des accords commerciaux, seul un faible nombre des contributions d'associations sectorielles ont été soumises par des associations professionnelles de femmes, alors que ces associations existent bien, y compris dans les secteurs primaires à forte intensité d'exportation. (OCDE, 2022^[37])

Lorsqu'ils sont bien développés, les réseaux peuvent représenter un canal primordial pour l'accès aux capitaux et ils s'avèrent essentiels pour permettre aux petites entreprises de résoudre les problèmes les plus courants, réduire les asymétries d'information et constituer le capital social nécessaire pour développer des activités dans des marchés plus éloignés (Ernst & Young, 2013^[48] ; Bamber et Staritz, 2016^[49]). Il apparaît ainsi que les femmes ont un accès aux informations plus limité, disposent d'un nombre de contacts plus restreint et bénéficient de moins de soutien et d'accompagnement que les hommes. Comme indiqué précédemment, les femmes entrepreneures qui exportent font état de difficultés non seulement pour appréhender les procédures douanières et les réglementations étrangères, mais aussi pour trouver des partenaires étrangers. L'intégration à des réseaux développés permet de limiter les obstacles informationnels et de bénéficier de types d'informations qui ne sont autrement pas facilement disponibles, comme les recommandations pour les partenaires ou les services accessibles au niveau national.

Encadré 3.8. Soutien renforcé en faveur des femmes et des jeunes entrepreneurs en Türkiye

La Direction générale des exportations du ministère du Commerce de Türkiye, spécialisée dans les exportations de marchandises, fait preuve depuis 2019 d'un soutien actif et appuyé en faveur des femmes entrepreneures. À cette période, un service dédié aux entreprises exportatrices dirigées par des femmes ou des jeunes venait d'être créé au sein de la Direction générale des exportations, avec pour objectif d'augmenter à la fois le nombre de femmes entrepreneures engagées dans les échanges internationaux et le volume des exportations réalisées par les entreprises dirigées par des femmes.

La même année, le ministère du Commerce a mené une enquête auprès des femmes entrepreneures afin d'identifier leurs besoins et les difficultés qu'elles rencontrent dans l'accès aux marchés internationaux. Il ressort de cette enquête que 71 % des femmes entrepreneures, principalement dans les secteurs de l'industrie manufacturière, n'avaient pas d'activité de vente à l'étranger, alors qu'elles estimaient leurs produits parfaitement adaptés à l'exportation. Les difficultés exprimées en matière d'accès aux échanges internationaux étaient plus ou moins les mêmes auxquelles les femmes se heurtent dans d'autres pays, soit l'accès au financement, la participation aux réseaux interentreprises, la mise en œuvre d'activités de commerce électronique et de solutions de paiement en ligne, et enfin le besoin de dispositifs de mentorat.

À travers le programme de développement des réseaux de femmes entrepreneures, la Direction générale des exportations avait pour ambition de réduire les écarts dans l'accès aux réseaux professionnels. Des invitations à rejoindre ce réseau étaient adressées aux entrepreneures à partir des informations et coordonnées figurant dans les registres d'entreprises. Il s'agissait alors également de constituer un répertoire de femmes entrepreneures en Türkiye pour un ciblage potentiel des programmes. Ce programme de réseau propose aux entreprises des renseignements, des formations et des activités de mentorat. Depuis 2019, plus de 3 000 femmes ont ainsi participé à des programmes de formation et de mise en relation dans 72 des provinces de Türkiye. Une plateforme interentreprises a été créée et compte aujourd'hui 3 000 entreprises adhérentes. Certains cours en ligne sont assurés par le ministère du Commerce et les participantes ayant réussi la formation se voient remettre une certification. Le programme cible les femmes dirigeantes d'entreprise qui exportent ou qui envisagent une activité d'exportation.

La Direction générale des exportations s'est associée avec le prestataire de services logistiques UPS dans le but de créer une académie turque des exportations, proposant des renseignements pratiques sur le commerce électronique, le marketing numérique et les procédures d'exportation, ainsi que des conseils pour bénéficier des dispositifs publics d'incitation à l'exportation. Cette académie a déjà organisé 30 journées événementielles, auxquelles plus de 6 000 femmes et jeunes entrepreneurs ont participé depuis la fin de l'année 2019. La Türkiye était d'ailleurs le pays comptant la plus forte participation au programme mondial d'UPS.

Une enquête en ligne a été lancée en janvier 2021 sur les événements de formation et de mise en relation organisés par le ministère turc du Commerce. Les réponses des 551 participants à ces événements ont permis de dégager les conclusions suivantes :

- 44 % des participants ayant déjà une activité d'exportation ont fait part d'une augmentation de leur volume d'exportations ;
- 18 % des participants qui n'exportaient pas ont indiqué avoir commencé à exporter ;
- 92 % des participants ont déclaré avoir l'intention d'exporter à l'avenir.

Bien que cela ne relève pas tout à fait de la compétence des pouvoirs publics, certains pays ont mis en œuvre des efforts pour renforcer l'accès des femmes aux réseaux professionnels. En Türkiye par exemple, le programme de développement des réseaux de femmes entrepreneures (*Kadın Girişimci Network Programı*), piloté par la direction générale des exportations du ministère du Commerce, a permis la création d'un réseau interentreprises pour le partage d'information sur les bonnes pratiques en matière d'exportation (encadré 3.8). Ce programme de réseau propose aux entreprises des renseignements, des formations et des activités de mentorat. Il a été conçu suite à une opération initiale de collecte d'informations sur les difficultés auxquelles les femmes entrepreneures sont confrontées. Le programme s'appuie ainsi sur ses propres données pour évaluer les résultats de ses formations et de ses activités de mentorat, ainsi que les performances des réseaux interentreprises.

Les réseaux numériques permettant d'établir des liens entre les entreprises et leurs clients ou fournisseurs potentiels peuvent également contribuer à combler ces disparités en matière de réseaux. L'Alliance du Pacifique entre le Chili, la Colombie, le Mexique et le Pérou a donné naissance à la communauté de l'entrepreneuriat féminin (*Comunidad de Mujeres Empresarias*) au sein du réseau ConnectAmericas afin d'établir des liens entre les femmes entrepreneures des pays de l'Alliance du Pacifique et des acheteurs et fournisseurs potentiels (voir l'encadré 5, p. 150, de (OMC, 2022^[50])).

Comblent les déficits de données

La plupart des pays ne disposent pas de données exhaustives ventilées par genre sur les échanges internationaux. Cela est tout particulièrement le cas pour les données relatives au commerce de services. La présente analyse s'est ainsi appuyée sur des données d'enquête plutôt que sur des informations administratives ou de recensement détaillées. Dans la mesure où l'élaboration de politiques publiques de qualité nécessite une analyse fondée sur des bases factuelles, toute réduction des disparités entre les genres nécessite de pallier préalablement les lacunes existantes en termes de disponibilité de données ventilées par genre.

La capacité à examiner les implications de genre en matière de commerce s'avère par conséquent limitée, notamment lorsque les statistiques s'appuient sur des enquêtes par sondage plutôt que sur des données extraites de registres ou de bases administratives qui couvrent l'ensemble de la population. Les registres statistiques d'entreprises constituent une source essentielle pour établir des correspondances avec les statistiques existantes sur les entreprises et apporter un éclairage sur les liens qui existent entre le commerce et la dimension de genre. Les recensements de population, lorsqu'ils sont relativement récents, peuvent également représenter une source de données utiles à associer à d'autres types d'enquêtes. Certaines études ont ainsi adopté une approche novatrice en combinant différentes sources de données. L'analyse du commerce et du genre (*Trade and Gender Review*) consacrée à la Nouvelle-Zélande et réalisée conjointement par l'OCDE et le ministère néo-zélandais des Affaires étrangères et du Commerce, est un bon exemple d'une utilisation novatrice de sources de données existantes (OCDE, 2022^[37]).

Il est également possible d'envisager le recueil de données ventilées par genre à travers les canaux déjà en place (tableau 3.3). Le Chili a ainsi commencé à collecter de nouvelles données sur les femmes exportatrices dans le cadre de l'enquête *Radiografía a la participación de las mujeres en las exportaciones chilenas*, laquelle a pour but de recueillir des données ventilées par genre, et ce, par industrie, secteur d'activité, marché de destination et valeur totale.

Comblent les déficits de données passe également par le recueil d'informations sur l'équilibre hommes-femmes dans les politiques et programmes en faveur du commerce (et par un suivi de l'évolution de cet équilibre). Ces informations concernent notamment les services de promotion des exportations, la participation des femmes entrepreneures aux programmes d'exportateurs privilégiés ou dans l'élaboration des politiques commerciales, que ce soit au sein des équipes de négociation ou en tant que parties prenantes engagées.

Tableau 3.3. Principales sources officielles de données statistiques pour les analyses sur le genre et le commerce

Sources	Information concernées
Registres statistiques d'entreprises (ensemble de la population)	Entreprises, secteurs, relations actionnariales, unité de contrôle ultime
Statistiques du commerce des services des filiales étrangères	
Statistiques des échanges internationaux de biens	Ventes internationales, importations, partenaires commerciaux
Statistiques des échanges internationaux de services	
Statistiques structurelles sur les entreprises	Structures, activités commerciales, indicateurs de performance (productivité, p. ex.)
Données croisées employeurs-salariés	Main-d'œuvre, professions, éducation, revenus

Source : ONU (2020^[51]), *Desk Study on the Gender Aspects of Trade and Trade Policy for Statistics*, Organisation des Nations unies.

Annexe 3.A. Statistiques descriptives de l'échantillon de l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*)

	Entreprises	Postes de direction (%)			Exportations (%)		Secteur (%)			Taille (%)		
		Femmes	Parité	Hommes	Oui	Non	Agriculture	Fabrication	Ser-vices	< 5	< 50	> 50
Allemagne	279	33	29	38	10	90	2	4	88	68	30	2
Australie	421	38	29	34	12	88	5	5	80	71	26	3
Autriche	262	24	33	43	22	78	2	1	88	72	23	5
Belgique	294	31	33	36	15	85	2	2	85	79	21	1
Canada	338	44	25	31	10	90	3	2	83	73	24	3
Chili	240	28	42	30	3	97	2	11	82	77	21	2
Colombie	167	20	39	41	11	89	1	10	83	77	23	0
Corée du Sud	268	32	24	45	30	70	4	12	78	70	27	4
Costa Rica	237	21	43	35	9	91	4	5	87	74	24	2
Danemark	301	33	24	43	15	85	1	3	90	73	24	3
Espagne	292	30	37	34	10	90	0	3	90	71	26	3
États-Unis	535	39	32	28	6	94	2	2	88	71	25	3
Finlande	286	31	21	48	16	84	5	4	81	81	17	1
France	268	39	31	31	19	81	8	1	87	79	21	1
Grèce	362	31	32	37	16	84	4	4	86	68	31	1
Hongrie	378	36	24	41	14	86	2	4	85	77	20	2
Irlande	202	41	23	36	18	82	3	4	83	67	30	4
Israël	350	35	26	39	7	93	0	3	90	76	18	6
Italie	243	28	35	36	8	92	3	3	84	76	22	2
Japon	487	22	20	58	10	90	1	3	85	69	26	4
Lituanie	179	28	30	42	27	73	2	6	83	72	27	1
Mexique	215	21	43	36	6	94	2	6	85	70	29	0
Norvège	270	35	20	45	10	90	6	4	81	63	35	2
Nouvelle-Zélande	318	39	34	27	13	87	7	4	80	68	30	2
Pays-Bas	333	36	26	38	13	87	3	2	87	71	26	3
Pologne	208	27	29	44	13	87	1	7	83	66	33	1
Portugal	327	31	27	43	18	82	2	2	90	71	27	2
République tchèque	239	34	20	46	20	80	3	7	81	61	35	4
Royaume-Uni	336	39	23	38	13	87	2	2	86	76	22	2
Slovaquie	160	22	26	52	17	83	1	12	74	57	39	4
Suède	273	30	27	43	18	82	3	3	84	71	27	2
Suisse	202	28	37	35	11	89	6	3	85	61	36	3
Türkiye	408	14	27	59	15	85	4	10	77	60	38	2
Total	9676	31	29	40	13	87	3	4	85	71	27	3

Références

- Ariu, A. (2012), « Services versus goods trade: Are they the same? », *SSRN Electronic Journal*, [8]
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2185851>.
- Baldwin, J. et B. Yan (2015), « Empirical evidence from Canadian firm-level data on the relationship between trade and productivity performance », [59]
 Statistics Canada.
- Bamber, P. et C. Staritz (2016), « The gender dimensions of global value chains », [49]
 International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD), Geneva.
- Banque mondiale/OMC (2020), *Women in Trade: The Role of Trade in Promoting Gender Equality*, Banque mondiale/Organisation mondiale du commerce, [1]
https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/women_trade_pub2807_e.htm.
- Barasinska, N. et D. Schäfer (2014), « Is crowdfunding different? Evidence on the relation between gender and funding success from a German peer-to-peer lending platform », [31]
German Economic Review, vol. 15/4, pp. 436-452.
- Bélanger Baur, A. (2019), « Women-owned exporting small and medium enterprises: Descriptive and comparative analysis », [56]
 Draft, Office of the Chief Economist, Global Affairs Canada.
- Benz, S. et A. Jaax (2020), « The costs of regulatory barriers to trade in services: New estimates of ad valorem tariff equivalents », [9]
Documents de travail de l'OCDE sur la politique commerciale, n° 238, Éditions OCDE, <https://doi.org/10.1787/bae97f98-en>.
- Bernard, A. et J. Jensen (1999), *Exporting and Productivity*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, [52]
<https://doi.org/10.3386/w7135>.
- Bernard, A. et al. (2007), « Firms in international trade », [60]
Journal of Economic Perspectives, vol. 21/3, pp. 105-130, <https://doi.org/10.1257/jep.21.3.105>.
- Cernat, L., M. Jakubiak et N. Preillon (2020), « The role of SMEs in extra-EU exports », [14]
 Chief Economist Note, Commission européenne.
- Consejo Nacional De Política Económica y Social (2022), « Política pública de equidad de género para las mujeres: Hacia el desarrollo sostenible del país », [35]
Documentos Conpes, n° 4080, <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4080.pdf>.
- Davies, R. et A. Mazhikev (2015), « The glass border: Gender and exporting in developing countries », [24]
UCD Centre for Economic Research Working Paper Series, n° WP15/25, https://researchrepository.ucd.ie/bitstream/10197/7184/1/WP15_25.pdf.
- DiCaprio, A., S. Beck et S. Pokharel (2016), « Trade and supply chain finance », [28]
Integrating SMEs into Global Value Chains, Asian Development Bank.
- DiCaprio, A., K. Kim et S. Beck (2017), « 2017 Trade finance gaps, growth, and jobs survey », [27]
ADB Briefs, n° 83, Asian Development Bank, Manila.
- EDC (s.d.), *2021 Integrated Annual Report*, Export Development Canada, [46]
<https://www.edc.ca/en/about-us/corporate/corporate-reports/2021-annual-report.html>.

- Enterprise Ireland (2020), *2020 Action Plan for Women in Business, Fuelling Growth Through Diversity*, <https://www.enterprise-ireland.com/en/Publications/Reports-Published-Strategies/Action-Plan-for-Women-in-Business.pdf>. [36]
- Ernst & Young (2013), *It's Who You Know: Women Entrepreneurs and the Impact of Networks*. [48]
- Facebook/OCDE/Banque mondiale (2020), *The Future of Business Survey*, <https://dataforgood.fb.com/global-state-of-smb> (consulté le 6 mai 2021). [15]
- GEM (2021), *2020/2021 Global Report*, Global Entrepreneurship Monitor, <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report> (consulté le 22 décembre 2022). [5]
- Gouvernement du Canada (s.d.), *Business Women in International Trade*, <https://www.tradecommissioner.gc.ca/businesswomen-femmesdaffaires/index.aspx?lang=eng>. [47]
- Gouvernement du Canada (s.d.), *Global Trade and Gender Arrangement*, https://www.international.gc.ca/trade-commerce/inclusive_trade-commerce_inclusif/itag-gaci/arrangement.aspx?lang=eng. [39]
- Graeber, D., A. Kritikos et J. Seebauer (2021), « COVID-19: A crisis of the female self-employed », *Journal of Population Economics*, vol. 34/4, pp. 1141-1187, <https://doi.org/10.1007/s00148-021-00849-y>. [17]
- IFC (2022), « Banking on women who trade », Presentation to WTO Gender Research Hub Think Up! Conference, Société financière internationale. [57]
- IFC (2011), *Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries*, Société financière internationale, https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/2a9123b3-d369-4115-8cbf-19083218ce64/G20_Women_Report.pdf?MOD=AJPERES&CVID=iqel-xk. [2]
- ITC (2020), *Mainstreaming Gender Provisions in Free Trade Agreements*, Centre du commerce international, <https://intracen.org/resources/publications/mainstreaming-gender-in-free-trade-agreements>. [38]
- ITC (2019), *From Europe to the World: Understanding Challenges for European Businesswomen*, Centre du commerce international, <https://intracen.org/resources/publications/from-europe-to-the-world-understanding-challenges-for-european-businesswomen>. [41]
- ITC (2015), *SME Competitiveness Outlook 2015*, Centre du commerce international, <https://intracen.org/resources/publications/sme-competitiveness-outlook-2015-connect-competite-and-change-for-inclusive>. [11]
- ITC (2015), *Unlocking Markets for Women to Trade*, Centre du commerce international, <https://intracen.org/resources/publications/unlocking-markets-for-women-to-trade>. [25]
- Korinek, J., E. Moïsé et J. Tange (2021), « Trade and gender: A framework of analysis », *Documents de travail de l'OCDE sur la politique commerciale*, n° 246, Éditions OCDE, <https://doi.org/10.1787/6db59d80-en>. [18]

- López González, J. et S. Sorescu (2021), « Saisir les possibilités favorables aux échanges numériques », dans *Coopération pour le développement 2021 : Pour une transformation numérique juste*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/e3650e72-fr>. [30]
- López González, J. et S. Sorescu (2021), « Trade in the time of parcels », *Documents de travail de l'OCDE sur la politique commerciale*, n° 249, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/0faac348-en>. [43]
- López González, J. et S. Sorescu (2019), « Helping SMEs internationalise through trade facilitation », *Documents de travail de l'OCDE sur la politique commerciale*, n° 229, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/2050e6b0-en>. [42]
- Máñez, J., M. Rochina-Barrachina et J. Sanchis (2020), « Foreign sourcing and exporting », *The World Economy*, vol. 43/5, pp. 1151-1187, <https://doi.org/10.1111/twec.12929>. [3]
- Melitz, M. et S. Redding (2014), « Heterogeneous firms and trade », dans *Handbook of International Economics*. [61]
- Mendoza, A., G. Nayyar et R. Piermartini (2018), *Are the 'poor' getting globalised?*, Banque mondiale, Washington, DC. [62]
- Meta (2022), *Global State of Small Business: A Look at the Continuing Recovery in 2022, with Insights on Women-led and Minority-led SMBs*, <https://dataforgood.facebook.com/dfg/resources/March-2022-Global-State-of-Small-Business-Report> (consulté le 26 septembre 2022). [16]
- MFAT New Zealand (2022), « Inclusive and productive characteristics of New Zealand goods exporting firms », *MFAT Working Paper*, Ministry of Foreign Affairs and Trade of New Zealand. [53]
- OCDE (2023), *Indice de restrictivité des échanges de services de l'OCDE : Tendances de l'IRES à l'horizon 2023*, Éditions OCDE, Paris. [20]
- OCDE (2022), *Financing Growth and Turning Data into Business: Helping SMEs Scale Up*, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/81c738f0-en>. [32]
- OCDE (2022), *Indice de restrictivité des échanges de services de l'OCDE : Tendances de l'IRES à l'horizon 2022*, OCDE, Paris. [19]
- OCDE (2022), *Rapport sur la mise en œuvre des Recommandations de l'OCDE sur l'égalité hommes-femmes*, OCDE, Paris, [https://one.oecd.org/document/C/MIN\(2022\)7/fr/pdf](https://one.oecd.org/document/C/MIN(2022)7/fr/pdf). [44]
- OCDE (2022), *Trade and Gender Review of New Zealand*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/923576ea-en>. [37]
- OCDE (2022), *Translating a Risk-based Due Diligence Approach into Law: Note de référence*, OCDE, Paris. [26]
- OCDE (2021), *Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2021*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/dbe26a97-fr>. [13]
- OCDE (2019), *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/34907e9c-en>. [22]

- OCDE (2018), *The Digital Gender Divide: Include, Upskill, Innovate*, OCDE, Paris, [34]
<https://www.oecd.org/digital/bridging-the-digital-gender-divide.pdf>.
- OCDE (s.d.), *Glossary for Barriers to SME Access to International Markets*, OCDE, Paris, [21]
<https://www.oecd.org/cfe/smes/glossaryforbarrierstosmeaccessstointernationalmarkets.htm>.
- OCDE/CE (2021), *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*, Éditions OCDE, Paris, [6]
<https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>.
- OCDE et al. (2023), *Handbook on Measuring Digital Trade Across Borders*. [12]
- OIT (2011), *Trade and Employment: From Myths to Facts*, Organisation internationale du Travail, [40]
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/documents/publication/wcms_162297.pdf.
- OMC (2022), *Aid for Trade Global Review: Empowering Connected, Sustainable Trade*, Organisation mondiale du commerce, [50]
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4trade22_e.pdf.
- OMC (2019), *Rapport sur le commerce mondial 2019 : L'avenir du commerce des services*, Organisation mondiale du commerce, [23]
https://www.wto.org/french/res_f/booksp_f/00_wtr19_f.pdf.
- OMC (2016), *Rapport sur le commerce mondial*, Organisation mondiale du commerce. [4]
- OMC (2016), *World Trade Report 2016: Levelling the Trading Field for SMEs*, Organisation mondiale du commerce, [10]
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report16_e.pdf.
- ONU (2020), *Desk Study on the Gender Aspects of Trade and Trade Policy for Statistics*, Organisation des Nations unies. [51]
- OWIT (s.d.), *Homepage*, <https://owit.org/>. [45]
- Schank, T., C. Schnable et J. Wagner (2007), « Do exporters really pay higher wages? First evidence from German linked employer-employee data », *Journal of International Economics*, vol. 72, pp. 52-74. [63]
- Schneider, J. (2020), « Future of business survey - Methodology note », *Mimeo*. [7]
- Sekkel, J. (2020), « Women-owned SMEs and trade barriers », *Global Affairs Canada*. [55]
- Singh, T. (2010), « Does international trade cause economic growth? A survey », *The World Economy*, vol. 33/11, pp. 1517-1564. [54]
- Suominen, K. (2018), « Closing in on the holy grail of world trade: Using blockchain to expand Southeast Asia's trade », International Institute for Sustainable Development. [29]
- UIT (2022), *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2022*, Union internationale des télécommunications, <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2022/>. [33]
- USGAO (2022), « International trade: Trade agreements increasingly promote women's rights and economic interests, but barriers remain », United States Government Accounting Office, <https://www.gao.gov/assets/730/720377.pdf>. [58]

Notes

¹ Voir Baldwin et Yan (2015^[59]) ; Melitz et Redding (2014^[61]) ; Schank et al. (2007^[63]) ; ou Singh (2010^[54]) pour une analyse de différentes études consacrées aux exportations et à la croissance des entreprises exportatrices, et aux niveaux de rémunération dans ces entreprises. Des travaux préliminaires dans ce domaine ont notamment été réalisés par Bernard et Jensen (1999^[52]) et Bernard et al. (2007^[60]).

² Voir <https://www.oecd.org/cfe/smes/sme-scale-up.htm>.

³ The analysis in the section uses the *Future of Business Survey* data and should be considered as relevant to businesses with an online Facebook presence.

⁴ Ce constat reflète globalement les conclusions des différents travaux relatifs aux femmes entrepreneures, notamment dans les pays émergents et en développement (ITC, 2015^[25]), dans l'Union européenne (ITC, 2019^[41]), au Canada (Bélanger Baur, 2019^[56]) et en Nouvelle-Zélande (MFAT New Zealand, 2022^[53]).

⁵ Ces différences, ainsi que d'autres observations tirées des analyses de l'enquête Facebook citée à plusieurs reprises dans ce chapitre, sont statistiquement significatives à un niveau conventionnel de 95 %. L'ensemble de ces différences persistent et demeurent significatives lorsque l'on tient compte du pays, du secteur, de la taille et de l'âge des entreprises concernées.

⁶ Dans la plupart des cas, les entrepreneurs créent ou dirigent des entreprises dans des secteurs où ils ont travaillé en tant qu'employés. Ainsi, dans les pays à revenu élevé ou intermédiaire supérieur, plus des deux tiers des femmes étaient employées dans les secteurs de services en 2017, contre 45 % en 1991. Dans les pays à revenu faible ou intermédiaire inférieur, la part des femmes dans les secteurs de services est passée de 25 % à 38 % sur la même période (Banque mondiale/OMC, 2020^[1]).

⁷ Les secteurs enregistrant le plus faible volume d'échanges (santé, éducation et administration publique) représentent 12 % de l'échantillon étudié. D'après l'enquête, les femmes comptent pour 59 % des dirigeants d'entreprise dans ces secteurs, contre 35 % dans les secteurs de services de façon générale et 31 % de l'échantillon étudié dans son ensemble.

⁸ La décomposition Kitagawa-Oaxaca-Blinder est une approche statistique à l'origine développée afin d'analyser les écarts salariaux entre les genres. Ce modèle a ici été utilisé pour déterminer dans quelle mesure l'écart entre les genres en matière d'exportation peut être expliqué par les différences dans les caractéristiques des entreprises. Lorsque l'on examine deux groupes présentant une moyenne différente pour une même variable (en l'espèce, la part d'entreprises exportatrices), cette technique permet de discerner la part de cette différence qui peut être attribuée à des caractéristiques spécifiques et la part qui reste inexpliquée.

⁹ Calcul basé sur une régression linéaire générant un résultat sous forme de variable binaire indiquant un avantage comparatif évident, appliqué par régression aux variables pour les entreprises dirigées par des femmes et à parité de genre, ainsi qu'à des variables indicatrices pour chaque secteur et chaque pays ($p = 0.0026$).

¹⁰ Les données du Canada et de la Nouvelle-Zélande montrent par ailleurs que les entreprises appartenant à des femmes sont moins susceptibles d'importer des biens et services que les entreprises dirigées par des hommes (Bélanger Baur, 2019^[56] ; MFAT New Zealand, 2022^[53]).

¹¹ L'analyse présentée dans cette section repose sur les données de l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*) et doit donc être considérée comme s'appliquant aux entreprises disposant d'une présence en ligne sur Facebook.

¹² Cet écart est statistiquement significatif, même lorsque l'on tient compte du pays, du secteur, de la taille et de l'âge des entreprises concernées.

¹³ L'analyse présentée dans cette section repose sur les données de l'Enquête sur l'avenir des entreprises (*Future of Business Survey*) et doit donc être considérée comme s'appliquant aux entreprises disposant d'une présence en ligne sur Facebook.

¹⁴ <https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/>.

¹⁵ D'autres enquêtes révèlent que les entreprises dirigées par des femmes trouvent d'autres formes de financement, hors banques commerciales, que ce soit auprès d'amis et de parents, par le recours à la dette sur cartes de crédit (IFC, 2022^[57]) ou en demandant un financement de l'UE (ITC, 2019^[41]), et ce, plus fréquemment que les entreprises dirigées par des hommes. L'absence de garanties, des infrastructures financières inappropriées et autres obstacles culturels et sociaux fondés sur le genre limitent l'accès des PME appartenant à des femmes à des sources de financement plus conventionnelles (IFC, 2022^[57] ; 2011^[2] ; ITC, 2015^[11]).

¹⁶ Ce constat contraste avec une enquête réalisée au Canada auprès de femmes exportatrices, d'après laquelle les femmes sont davantage affectées que les hommes par les obstacles à l'exportation d'ordre administratif ou liés aux questions logistiques et aux procédures aux frontières (Sekkel, 2020^[55]). Au sein de l'Union européenne toutefois, les femmes ne déclarent pas rencontrer des difficultés dans l'obtention d'informations commerciales actualisées (ITC, 2019^[41]).

¹⁷ Les États-Unis enregistrent un nombre plus restreint de dispositions prenant en compte la dimension de genre dans leurs accords commerciaux préférentiels. L'accord de libre-échange de 2020 entre le Canada, les États-Unis et le Mexique est le seul à compter de telles dispositions dans son texte central (USGAO, 2022^[58]). Une étude réalisée par le *Government Accounting Office* des États-Unis a mis en évidence l'importance d'assurer un suivi et de rendre compte du respect des dispositions comprises dans les accords commerciaux préférentiels (USGAO, 2022^[58]), ce que font déjà les États-Unis dans une certaine mesure dans le cadre des dispositions plus générales des normes du travail. Inclure des dispositions relatives au genre dans les accords commerciaux présente ainsi un autre avantage, puisqu'assurer un suivi du respect de ces dispositions et en rendre compte peut rendre plus visibles les disparités entre les genres et mieux faire connaître les progrès accomplis dans la réduction de ces disparités.

¹⁸ https://www.international.gc.ca/trade-commerce/inclusive_trade-commerce_inclusif/itag-gaci/arrangement.aspx?lang=fra.

¹⁹ Dans les économies émergentes, les femmes travaillent également dans les secteurs de l'agriculture et du textile, soit deux secteurs où les droits de douane sont généralement élevés. Une étude consacrée à l'Inde montre que, dans les marchés d'exportation, les produits fabriqués en majeure partie par des femmes sont assujettis à des droits de douane en moyenne 6 points supérieurs à ceux des produits fabriqués en majeure partie par des hommes (Mendoza, Nayyar et Piermartini, 2018^[62]).

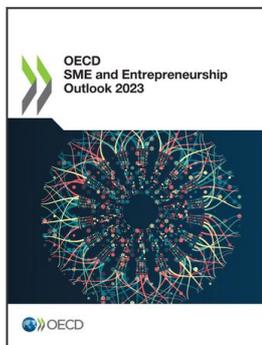
²⁰ <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/L/1129.pdf&Open=True>.

²¹ <https://www.compareyourcountry.org/trade-facilitation>.

²² <https://www.apec.org/publications/2018/04/supporting-womens-access-to-global-markets---a-toolkit-for-trade-promotion-organisers>.

²³ https://www.deleguescommerciaux.gc.ca/guides/toolkit_women_business_eu-outils_faisant_entrepre.aspx?lang=fra.

²⁴ Depuis son lancement en 2019, le programme BOW-GTFP a mobilisé l'équivalent de 120 millions USD en prêts et en garanties de prêt. Dans les marchés émergents, les établissements bancaires qui octroient des prêts aux PME dirigées par des femmes ou appartenant à des femmes bénéficient d'une remise de la Société financière internationale (SFI) de 20 points de base sur les fonds empruntés (pour les prêts financés au-delà de 100 points de base par an). Voir OMC, *Aid for Trade Global Review*, p. 147 https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4trade22_e.pdf.



Extrait de :
OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/342b8564-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2023), « La place des entreprises dirigées par des femmes dans le commerce international », dans *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/216e9150-fr>

Ce document, ainsi que les données et cartes qu'il peut comprendre, sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région. Des extraits de publications sont susceptibles de faire l'objet d'avertissements supplémentaires, qui sont inclus dans la version complète de la publication, disponible sous le lien fourni à cet effet.

L'utilisation de ce contenu, qu'il soit numérique ou imprimé, est régie par les conditions d'utilisation suivantes :
<http://www.oecd.org/fr/conditionsdutilisation>.