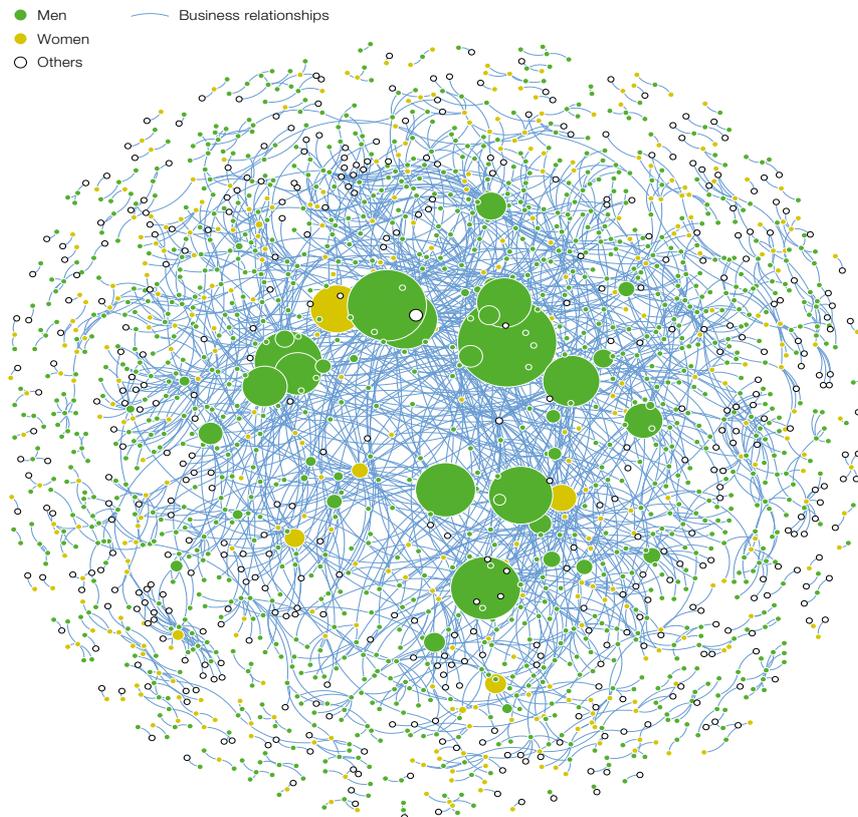




# GENDER DISPARITIES IN TRADE NETWORKS

Betweenness centrality by gender, 2018 : example of the rice sector in the Dendi region of Benin, Niger and Nigeria, 2018

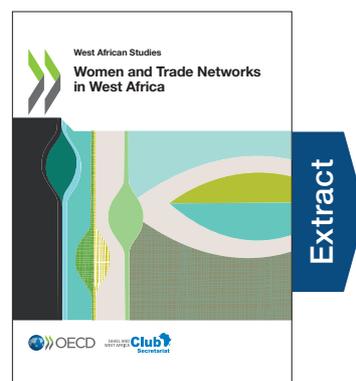


Note: The size of the circles is proportional to the brokerage capacity of actors (betweenness centrality).

Source: OECD/SWAC (2019), Women and Trade Networks in West Africa, West African Studies, OECD Publishing, Paris, p. 97.

**W**omen face many obstacles limiting their participation in trade: education-related challenges, poorer access to information and markets, male-dominated distribution networks, time and mobility constraints, greater difficulties in complying with regulatory and procedural requirements, etc. An analysis of the rice sector in Benin, Niger and Nigeria highlights existing gender disparities in trade networks. As in many other value chains, women are less well-connected to the most central actors compared to men and are less likely to hold strategic positions (intermediaries and retailers). They therefore trade mainly with men. The gender gap is particularly striking among actors with strong local roots and extensive business connections: only one-fifth of actors with this level of social capital are women. Social norms and stereotypes undermine women's capacity to develop stronger business relationships. They define the activities that women participate in at the village level. Formal and customary laws, public policies and access to financial institutions negatively impact women's capacity to access agricultural property and sufficient financial resources to develop commercial activities. In addition, women are rarely represented in the political sphere, on land commissions, tribunals or in traditional leadership roles. This represents a barrier to the implementation of public policies aimed at promoting women producers and traders. One way of improving opportunities for women, is to help them build and grow their networks through training and online platforms. Another way

is to conduct market assessments with a gender lens; collecting and analysing gender-disaggregated data is key to informing policies that promote women's empowerment. It is also necessary to involve men and raise awareness of current barriers and discriminatory practices in order to bring about change. Adopting policy approaches that better integrate and co-ordinate initiatives undertaken by governments, international and non-governmental organisations to empower women and strengthen their social capital can also help contribute to more gender equal trade networks.

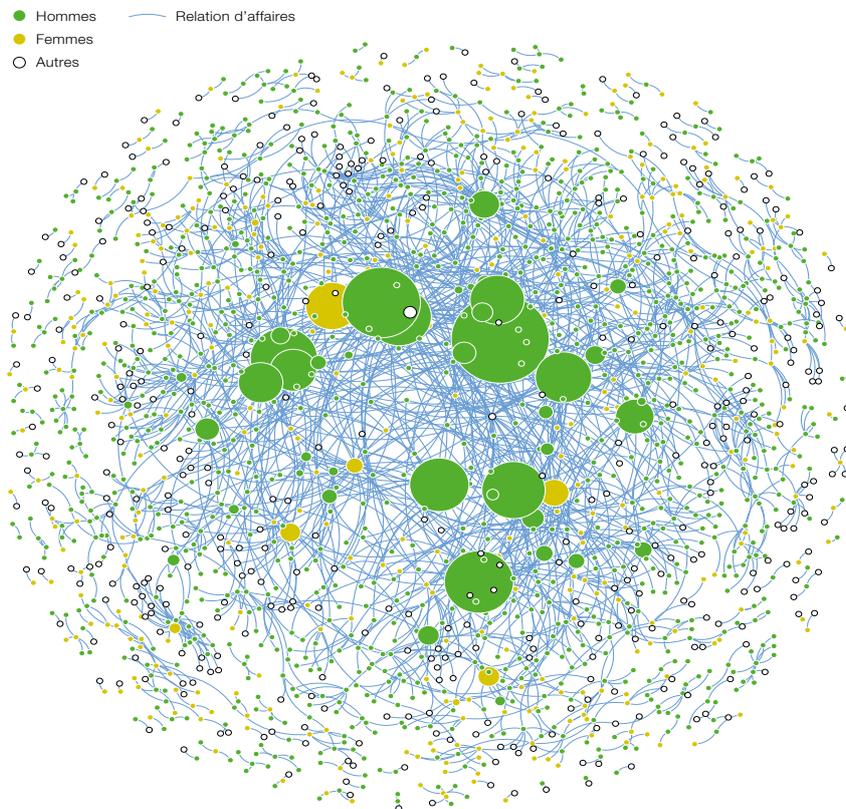


OECD/SWAC (2019), Women and Trade Networks in West Africa, West African Studies, OECD Publishing, Paris.



# INÉGALITÉS DE GENRE DANS LES RÉSEAUX COMMERCIAUX

Centralité d'intermédiation par genre, 2018 : exemple du secteur du riz dans la région du Dendi au Bénin, au Niger et au Nigéria



Note : la taille des cercles est proportionnelle à la capacité des acteurs à jouer le rôle d'intermédiaires dans le réseau (centralité d'intermédiation).  
Source : OCDE/CSAO (2019), Femmes et réseaux marchands en Afrique de l'Ouest, Cahiers de l'Afrique de l'Ouest, Éditions OCDE, Paris, p. 101.

Les femmes sont confrontées à de nombreux obstacles qui restreignent leur participation aux échanges commerciaux : des difficultés liées à l'éducation, un accès limité à l'information et aux marchés, des réseaux de distribution dominés par les hommes, des contraintes de temps et de mobilité, une plus grande difficulté à suivre les demandes réglementaires et procédurales, etc. Une analyse du secteur du riz au Bénin, au Niger et au Nigéria met en évidence les inégalités de genre dans les réseaux commerciaux. Comme dans de nombreuses autres chaînes de valeur, les femmes y sont peu susceptibles d'agir en tant qu'intermédiaires et détaillants. Elles sont moins bien connectées aux acteurs les plus centraux comparé aux hommes. C'est pourquoi elles commercent principalement avec les hommes. L'écart entre les sexes est particulièrement flagrant pour ce qui concerne les opérateurs fortement implantés localement et disposant des relations d'affaires les plus étendues : seulement un cinquième des acteurs ayant ce niveau de capital social sont des femmes. Les normes sociales et les stéréotypes diminuent la capacité des femmes à développer des relations d'affaires solides. Les lois formelles et coutumières, les politiques publiques ainsi que l'accès aux institutions financières impactent négativement la capacité des femmes à accéder à la propriété agricole et aux ressources financières qui pourraient leur permettre de développer des activités commerciales. En outre, les femmes sont rarement représentées au sein des commissions

foncières, des tribunaux ou dans les chefferies traditionnelles. Une des manières d'améliorer les opportunités pour les femmes est de les aider à faire croître et à renforcer leurs réseaux à travers des formations et des plateformes en ligne. Une autre serait de renforcer la dimension genre dans des analyses de marchés : recueillir et analyser des données ventilées par sexe est essentiel pour renseigner les politiques visant à promouvoir l'autonomisation des femmes. Il est également nécessaire d'impliquer les hommes et de sensibiliser les populations aux freins actuels et aux politiques discriminatoires pour faire advenir le changement.



OCDE/CSAO (2019), Femmes et réseaux marchands en Afrique de l'Ouest, Cahiers de l'Afrique de l'Ouest, Éditions OCDE, Paris.