

Un café qui ‘a une histoire’

L'expérience de Kyagalanyi, en partenariat avec UTZ - Arguments économiques en faveur d'une meilleure collaboration au sein des ménages producteurs de café en Ouganda.

L'entreprise

Kyagalanyi Coffee Ltd. est le premier exportateur de café de l'Ouganda. Kyagalanyi, qui fait partie du Groupe Vol café, a pour activité principale l'achat du café auprès de petits exploitants et négociants de café en Ouganda et leur vente sur des marchés d'exportation en Europe, aux Etats-Unis, entre autres. Une bonne partie de l'Arabica vendu est certifiée dans le cadre du système de certification UTZ. Etant donné la forte demande de café produit de manière durable,

notamment de 'café ayant une histoire', Kyagalanyi veut augmenter les volumes de café de qualité supérieure achetés. Le café certifié étant une culture à plus forte valeur ajoutée, l'entreprise peut également investir dans des programmes de soutien aux agriculteurs.

Cote offre

17.000 ménages de caféiculteurs des régions de West Nile, Mount Elgon et Rwenzori vendent directement leur café à Kyagalanyi.



CONTRAINTES LIEES AU GENRE

Le Café est une culture d'hommes

Traditionnellement, les cultures de rente sont considérées comme des cultures d'hommes, tandis que les cultures vivrières sont considérées comme des cultures de femmes. Les femmes travaillent aux côtés de leurs maris dans la plantation de café. Toutefois, les revenus issus de la vente du café sont normalement empochés et dépensés par les maris. Cet état de chose n'encourage pas les femmes à s'investir dans la production du café. Très peu de femmes sont autorisées à avoir leurs propres plantations de café. La plupart des agriculteurs inscrits comme membres de Kyagalanyi sont par conséquent des hommes.

Exclusion des femmes des programmes de renforcement de capacités en matière d'adoption de bonnes pratiques agronomiques (GPA)

Autrefois, le personnel de Kyagalanyi axait ses formations sur les membres inscrits. Par conséquent, leurs formations visaient principalement les agriculteurs, et les femmes ne bénéficiaient pas des activités de renforcement de capacités destinées à la promotion des bonnes pratiques agronomiques. Par ailleurs, l'entreprise avait très peu de femmes agents de vulgarisation agricole, ce qui empêchait la participation des femmes aux formations sur les GPA.

Manque de collaboration entre les hommes et les femmes au sein du ménage

Dans bon nombre de foyers, le mari et la femme ne collaboraient pas et ne géraient pas leur exploitation ensemble. Les femmes n'étaient pas motivées à travailler dans la plantation de café, ce qui avait un impact sur les volumes et la qualité de café produit.

Manque de transparence financière et de planification conjointe entre mari et femme

La vente du café était généralement effectuée par les hommes, qui ne partageaient pas les revenus du café, ce qui poussait les femmes démotivées, à voler le café dans le

jardin et à le vendre à des intermédiaires. Par conséquent, seuls quelques ménages planifiaient et consacraient ensemble des investissements à faire dans l'exploitation ainsi que les dépenses au ménage.



Résultat :

Une offre constante et croissance



STRATEGIES

Développer les valeurs relatives à l'égalité des sexes et les compétences de l'entreprise.

En 2013, Kyagalanyi a pris part à la trajectoire de coaching genre d'AgriProFocus. L'objectif principal était d'améliorer la manière dont l'entreprise reflète les valeurs d'égalité des sexes au sein de son personnel et dans ses activités. Parmi les activités figuraient la rédaction d'une politique pour l'égalité de genre et l'augmentation de la représentation du personnel féminin au sein de l'entreprise. A l'issue de la trajectoire, le personnel féminin a augmenté (de 3 à 24 % en quatre ans), ce qui a permis d'apporter de la diversité et de nouveaux talents à l'entreprise.

Renforcer les capacités des femmes productrices de café.

Le personnel de Kyagalanyi a commencé par reconnaître le rôle majeur que jouent les femmes dans la production du café. L'entreprise a élaboré des stratégies visant à garantir la prise en compte des femmes par le programme d'appui aux agriculteurs. La direction a encouragé le personnel de terrain à se concentrer sur les ménages plutôt que sur les seuls membres inscrits (les producteurs). Ainsi, maris et femmes sont formés ensemble au cours des visites sur les exploitations et la proportion de femmes participant aux formations de groupe ne cesse d'augmenter.

La présence d'un plus grand nombre de femmes au sein du personnel a également attiré davantage de femmes membres.

Améliorer la collaboration et les prises de décision au niveau des ménages

Mi-2017, Kyagalanyi a commencé par mettre en œuvre un programme complet sur l'égalité de genre dans ses chaînes de valeur certifiées. L'entreprise a mis en place 70 groupes mixtes, alignés sur leurs groupes d'agriculteurs existants, ce qui fait que 1400 ménages bénéficient actuellement du programme. Chaque groupe est dirigé par un agent de changement, qui organise des sessions pour les couples, en vue d'accroître la transparence financière, la collaboration et la prise de décision au sein des ménages. Un effet collatéral majeur de cette collaboration accrue est qu'une partie des revenus du café est désormais utilisée pour envoyer les enfants dans une (meilleure) école.

Améliorer la gestion financière des ménages

Les 70 groupes mixtes ont reçu une formation pour instituer les groupes d'épargne (VSLA). Cela aide les familles à épargner de l'argent, tout en étant en mesure de contracter des prêts. Par ailleurs, un jeu de société, simulant la campagne de café, a été développé ; ce jeu met en scène quatre couples qui leur montrent l'importance de la prise de décision conjointes, de la tenue de la comptabilité et de la bonne gestion de leurs plantations de café.



RESULTATS



Bénéfices pour l'entreprise

Amélioration du volume et de la qualité du café

Les ménages travaillent ensemble et l'adoption des meilleures pratiques agronomiques par les hommes et les femmes a permis d'augmenter les rendements (+50-70% en 5-8 ans) et d'améliorer la qualité du café.

Une offre constante et croissante

Le café est devenu une culture familiale et plus une 'culture d'hommes' comme autrefois. Cela a permis d'augmenter le nombre de ménages qui vendent du café à Kyagalanyi et d'améliorer la fidélisation.

Des liens étroits avec les acheteurs et les consommateurs

Les torréfacteurs qui vendent en Europe et aux Etats-Unis se sont rendus compte que des 'histoires' sur la façon dont le café, produit de manière équitable, et profitant à des hommes et à des femmes, renforcent les liens avec les consommateurs finaux. Certains sont prêts à soutenir Kyagalanyi grâce à des fonds en faveur du programme de soutien aux agriculteurs et des programmes de promotion de l'égalité des sexes.

Reconnaissance en tant qu'entreprise portée sur l'éthique

En raison de ses efforts pour être une entreprise portée sur l'éthique, Kyagalanyi a reçu le Prix 'Sustainable Standard Setter Award' de Rainforest Alliance pour son projet visant à mettre fin au travail des enfants dans la région du 'West Nile'.

Références

Interviews with Anneke Fermont, regional sustainability manager, and Fiona Mbeiza, gender specialist of Kyagalanyi Uganda.

Tools used in the gender cluster programme are inspired by the Gender Action Learning System (GALS) methodology and Abi Trust Farming as a family business approach.

Video 'How Kyagalanyi coffee benefitted from the gender programme in Uganda', AgriProFocus platform, YouTube.



Bénéfices pour les femmes

Les femmes sont remarquées par l'entreprise

Le rôle majeur que jouent les femmes dans la production du café est reconnue par l'entreprise. Cela s'est traduit par une augmentation de 25% du nombre de femmes inscrites directement à Kyagalanyi.

Les femmes sont formées aux GAP

Les capacités des femmes en matière d'adoption de bonnes pratiques agronomiques se sont améliorées. Les taux de participation des agricultrices aux visites sur les exploitations et aux formations de groupe ont atteint respectivement 50 % et 25%.

Le café est devenu une culture familiale

Le café, qui était autrefois une culture de rente pour les hommes, est maintenant perçu comme une culture familiale, produite aussi bien par les hommes que par les femmes. En conséquence, les femmes s'intéressent davantage à la production de café, même si cela nécessite plus de travail. Les responsabilités sont partagées et les hommes comme les femmes planifient et décident ensemble de la quantité de café à vendre, du moment et du lieu de la vente et de la manière de dépenser l'argent gagné. Cela se traduit par de meilleurs moyens de subsistance pour leurs familles.

Modèles de réussite féminines

Les efforts pour traduire les valeurs de genre dans l'organisation ont permis d'augmenter le nombre de femmes travaillant sur le terrain. Elles servent de modèles pour les agricultrices.

