

Le genre dans les chaînes de valeur



Boîte à outils pour l'intégration de la dimension de genre dans le développement des chaînes de valeur agricoles

SOUTIEN

CHANGEMENT

APPRENTISSAGE

PARTENARIAT

BOÎTE OUTILS PRATIQUE



Édition français

Le genre dans les chaînes de valeur

Boîte à outils pour l'intégration de la dimension de genre dans le développement des chaînes de valeur agricoles

Boîte à outils pour l'intégration de la dimension de genre dans le développement des chaînes de valeur agricoles. Cette boîte à outils a été mise au point par Angelica Senders de Fair & Sustainable Advisory Services, Anna Lentink de Triodos Facet, Mieke Vanderschaeghe, consultante indépendante, Jacqueline Terrillon, coach dans le cadre de la trajectoire genre et chaînes de valeur en Ouganda, avec le soutien de Roel Snelder d'Agri-ProFocus.



ISBN

978-94-91629-01-3

print

Drukkerij De Groot

graphic design

Het Lab | www.hetlab.nl

Table des matières

Introduction	4
1. A propos de cette boîte à outils	4
2. Pourquoi un développement des chaînes de valeur intégrant la dimension de genre?	8
3. Concepts	11
4. Elaboration de stratégies	21
Stratégie 1: Atténuer la résistance en s'appuyant sur la tradition	22
Stratégie 2: Créer de l'espace pour les femmes	26
Stratégie 3: Organiser le changement	29
Stratégie 4: Normes, certification et labels	33
Stratégie 5: Genre et RSE	36
1. Analyse de contexte	37
<i>Outil 1.1a Accès et contrôle des ressources et bénéfiques</i>	37
<i>Outil 1.1b Réduction des disparités hommes/femmes dans le domaine des actifs; le cadre conceptuel du GAAP</i>	40
<i>Outil 1.1c Une typologie des ménages fermiers; différenciation du potentiel d'autonomisation des femmes</i>	43
<i>Annexe 1 Outil 1.1c Exemple d'une analyse des acteurs</i>	45
2. Sélection d'une chaîne de valeur	47
<i>Outil 2.1 Sélection d'une chaîne de valeur prenant en compte la dimension de genre</i>	47
<i>Annexe 1, Outil 2.1</i>	55
3. Analyse de la chaîne de valeur	58
3.1 Collecte de données pour l'analyse de la chaîne de valeur au niveau global, intermédiaire et individuel	58
<i>Outil 3.1 Collecte de données pour l'analyse de la chaîne de valeur au niveau global, intermédiaire et individuel</i>	58
3.2 Cartographie de la chaîne de valeur prenant en compte la dimension de genre	65
<i>Outil 3.2a Etablir une cartographie de la chaîne de valeur sensible à la question du genre</i>	65
<i>Outil 3.2b Rendre visible ceux qui contribuent à la qualité du produit, ainsi que leur façon de procéder.</i>	71
3.3 Contraintes et opportunités liées au genre	75
<i>Outil 3.3a Cartographier les activités et identifier les contraintes liées au genre (et développement d'actions possibles afin d'y faire face).</i>	75
<i>Outil 3.3b Formulation des contraintes liées au genre et évaluation de leurs conséquences</i>	82
<i>Outils 3.3c Agir afin d'éliminer les contraintes liées au genre</i>	90
4. Stratégies d'Intervention	95
4.1 Ménages	95
<i>Outil 4.1a Système d'apprentissage sexospécifique dans l'action (GALS) - stade 1: l'arbre des rêves du diamant</i>	95
<i>Annexe 1 Outil 4.1a Aperçu des stades du GALS</i>	99
<i>Outil 4.1b Apprentissage sexospécifique dans l'action (GALS) stade 2: «Avancer sur la route cahoteuse de la vie.»</i>	100
<i>Outil 4.1c L'approche du ménage</i>	105
<i>Outil 4.1.d Visualisation et planification du ménage</i>	113
4.2 Organisations de producteurs	116
<i>Outil 4.2a Prise de décision efficace/démocratique entre le ménage et l'organisation de producteurs</i>	116

<i>Outil 4.2b Augmentation de l'accès des femmes aux organisations de producteurs par l'analyse des CIG</i>	118
4.3 Entreprises	121
<i>Outil 4.3a L'entreprise en tant qu'employeur direct</i>	122
<i>Outil 4.3b Le monde des affaires en tant qu'acteur essentiel dans les chaînes de valeur</i>	127
<i>Outils 4.3c L'entreprise et la communauté</i>	135
<i>Outil 4.4a Analyse des services d'un point de vue sexospécifique</i>	139
<i>Outil 4.4b Le jeu de la chaîne de valeur</i>	142
<i>Outil 4.4c Une mini étude de marché</i>	146
<i>Outil 4.4d Gestion des intrants dans le cycle de production</i>	150
<i>Outil 4.4e Coûts et Prix</i>	155
4.5 Prestataires de services financiers	162
<i>Outil 4.5a Connaître le système financier et les risques qu'il ne desserve pas les femmes</i>	162
<i>Outil 4.5b Outil de recherche des marchés agroalimentaires pour prestataires de services financiers: calendrier agricole sexospécifique</i>	169
<i>Outil 4.5c Gérer votre argent</i>	174
4.6 Organisations de développement	183
<i>Outil 4.6 Scan organisationnel du genre d'une organisation partenaire</i>	183
<i>Annexe 1 Outil 4.6 Scan organisationnel du genre chez un client/Organisation partenaire</i>	185
5. Suivi et Evaluation	189
<i>Outil 5.1b Diamant du genre et de l'autonomisation de la chaîne de valeur</i>	194
<i>Annexe 1 Outil 5.1b Femmes dans la chaîne de valeur du soja en Ethiopie</i>	199
<i>Outil 5.1c Comparaison des cinq dimensions de l'autonomisation des hommes et des femmes</i>	201
<i>Outil 5.1d Documentation et apprentissage sur la base d'expériences: comment effectuer une étude de cas</i>	208
Principales ressources	211

Introduction

1. A propos de cette boîte à outils

Objectifs

Cette boîte à outils vise à motiver et à aider les professionnels du développement à intégrer une perspective sexospécifique au sein du développement des chaînes de valeur agricoles en proposant des outils pratiques pour chaque intervention au sein de la chaîne de valeur. Il s'agit de la seconde version de 'La boîte à outils pour l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur', initialement publiée par Agri-ProFocus en septembre 2012. Cette version a été modifiée sur la base des expériences liées à l'utilisation de la première boîte à outils lors de formations sur ce sujet en Afrique de l'Est. Le chapitre traitant des stratégies d'intervention a été complété et contient de nombreux outils intéressants et pratiques, ainsi que des approches prêtes à l'emploi qui vous seront utiles en tant que professionnel du développement.

Cette boîte à outils offre un aperçu de la documentation disponible dans le domaine du genre et des chaînes de valeur. Les outils ont été sélectionnés parmi des manuels conçus par USAID, SNV, GIZ, BIT, CARE et d'autres organisations du réseau «Genre dans les chaînes de valeur» d'Agri-ProFocus.

Groupe cible

- Les professionnels du développement travaillant avec différents acteurs des chaînes de valeur agricoles.
- Les professionnels du développement travaillant avec des organisations qui appuient ou influencent les chaînes de valeur agricoles comme les ONG, les institutions de gestion des connaissances, les gouvernements, les services de développement des entreprises, les organisations de microfinance.

Il existe trois types d'outils

1. Les outils qui permettent la collecte de données et la recherche, permettant de déterminer les contraintes et opportunités liées au genre au sein de certaines chaînes de valeur.
2. Les outils qui guident la facilitation des processus participatifs afin d'impliquer les acteurs masculins et féminins de la chaîne aux différents stades du projet.
3. Les outils décrivant une approche, une façon de travailler et de combiner une variété d'interventions.

Partage d'expériences

Les expériences d'utilisation de la boîte à outils peuvent être partagées par l'intermédiaire de la plateforme en ligne (Ning), du réseau d'apprentissage d'Agri-ProFocus sur l'égalité des genres dans les chaînes de valeur et sur les Nings des différents pays. D'autres outils intéressants pour le développement des chaînes de valeurs prenant en compte la dimension de genre, peuvent également y être partagés.



Contenu de la boîte à outils

L'introduction fournit différents arguments en faveur d'un développement des chaînes de valeur intégrant la question du genre ainsi que des concepts associant chaîne de valeur et concepts et théories relatifs au genre. Ce sont les principes étayant les outils repris au sein de ce livre. Cette boîte à outils suit la logique du cycle d'un projet de développement des chaînes de valeur:

1. Analyse de contexte

Ce chapitre réunit des outils pouvant être utilisés pour analyser de manière plus approfondie le contexte social, culturel et économique au sein duquel auront lieu les interventions sur les chaînes de valeur. Ces outils permettent de réfléchir sur des questions telles que: quelles sont les différences entre les activités des hommes et des femmes? Quelles sont les ressources auxquelles ils ont accès afin de mener ces activités et ont-ils leur mot à dire concernant les recettes? Comment toutes ces données varient-elles suivant les différents ménages?

2. Sélection de la chaîne de valeur

Sélectionner une chaîne de valeur ou un sous-secteur sur la base d'observations superficielles comporte le risque de choisir un secteur à faible potentiel d'amélioration ou de réalisation des objectifs sexospécifiques. Ce chapitre vous aide à sélectionner une (des) chaîne(s) de valeur ayant le potentiel de contribuer à l'accroissement de l'autonomisation des femmes et à l'égalité entre les genres.

3. Analyse de la chaîne de valeur

Vous trouverez dans ce chapitre des outils destinés à rendre les femmes visibles au sein des chaînes de valeur. Les outils de ce chapitre vous aideront à vous constituer un aperçu global, et prenant en compte la dimension du genre, des chaînes de valeur, des acteurs impliqués, des liens qui existent entre eux et des pourcentages d'hommes et de femmes dans chaque segment. Les outils vous aideront à identifier les contraintes et opportunités que rencontrent les femmes impliquées dans les chaînes de valeur, à analyser les différences de pouvoir (de position) au niveau de la gouvernance des chaînes, ainsi qu'à découvrir les opportunités pour les femmes d'améliorer leur position.

4. Stratégies d'intervention

Ce chapitre est organisé en fonction de différents points d'entrée pour l'amélioration des chaînes de valeur: les ménages; les organisations de producteurs; les entreprises; les prestataires de services de développement des entreprises; les prestataires de services financiers et les organisations de développement. Le chapitre débute par un survol de cinq stratégies de développement de chaînes de valeur prenant en compte la dimension de genre. Les cinq stratégies ont des points d'entrée similaires et sont tirées du livre «Faire changer les chaînes» (APF, KIT, IIRR, 2012). Le livre propose des études de cas pour chaque stratégie.

5. Suivi & Evaluation

Ce chapitre rassemble des outils permettant de mesurer le succès de votre intervention, avec un intérêt particulier pour la problématique du genre. Les leçons tirées de ce processus d'évaluation peuvent servir de point d'entrée pour définir une nouvelle stratégie d'amélioration ou ajuster l'ancienne.

Femmes et Genre

Le «genre» n'est pas synonyme de «femme». Là où les femmes sont une catégorie d'êtres humains, le genre est la différence, créée socialement, entre hommes et femmes. Il ne s'agit pas tant de différences biologiques, mais de la façon dont une société définit ces différences au travers d'idées sur la féminité et la masculinité ainsi que des relations de pouvoir et des dynamiques qui en résultent. En conséquence, une inégalité dans la capacité de faire des choix existe. Puisque les femmes sont souvent défavorisées dans ce domaine, beaucoup d'outils sont destinés à leur autonomisation. Cependant, pour pouvoir changer les relations de genre dans une société, la contribution des hommes comme celle des femmes est nécessaire.

Téléchargements

Cette boîte à outils est également disponible en ligne sur <http://genderinvaluechains.ning.com>. La version en ligne possède une section «téléchargement» permettant de télécharger l'ensemble des outils, chaque outil ou chapitre séparément ou encore la totalité du guide d'un coup.

Ressources

La section ressources établit la liste de l'ensemble des ressources utilisées. La version en ligne de la boîte à outils inclut les liens permettant d'accéder aux ressources et guides d'outils utilisés.

Avertissement

Les outils sont décrits, tant que possible, en conformité avec les documents originaux disponibles dans le domaine public. Etant donné la diversité des origines des outils, ce guide ne prétend pas représenter un ensemble exhaustif d'outils. Son objectif est de fournir de l'information sur les outils disponibles sur Internet concernant le développement de chaînes de valeur intégrant la question du genre. Il représente un compendium permettant aux praticiens de sélectionner les outils qui conviennent le mieux à l'organisation, aux techniques de travail et à la philosophie adoptée.

Utilisation

- *Créez votre propre processus d'intégration du genre - responsabilité professionnelle.*

Cette boîte à outils n'est pas une recette toute faite d'intégration du genre dans votre projet de développement de chaîne de valeur. Il offre plutôt une gamme d'outils qui peuvent être utilisés à tout stade de votre intervention. C'est au professionnel du développement de décider quelle combinaison d'outils utiliser.

- *Tous les outils s'inscrivent dans un processus impliquant différentes personnes, à des stades différents.*

La plupart des outils correspondent à une étape d'un processus (par ex. la collecte de données ou l'analyse participative). La mise au point des autres étapes du processus et l'implication des combinaisons appropriées de personnes parmi les différentes étapes incombent au professionnel du développement..

- *Tous les outils devront être adaptés au contexte et s'inscrire dans ce processus.*

L'adaptation des outils à la situation spécifique à laquelle il ou elle est confronté(e) relève de la responsabilité du praticien.

- *Connaissance ouverte - partage*

La boîte à outils constitue un portail facilement accessible aux professionnels intervenant dans le développement des chaînes de valeur. Nous croyons au concept de «connaissance ouverte». Nous désirons que les outils soient non seulement **disponibles** et **accessibles**, mais aussi **ajustables**. C'est la raison pour laquelle nous vous encourageons à utiliser et à ajuster ces outils ainsi qu'à partager vos expériences et ajustements avec nous. Nous sommes aussi intéressés par les autres outils que vous considérez utiles. Il est possible de partager des expériences par l'intermédiaire de la plateforme sur le genre dans les chaînes de valeur, disponible sur le réseau d'apprentissage d'Agri-ProFocus.

- *Mentionner Agri-ProFocus*

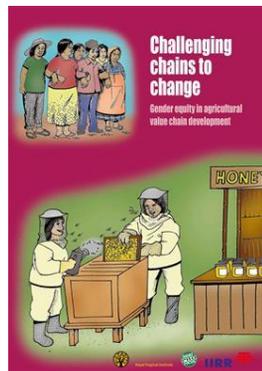
En retour, Agri-ProFocus aimerait être mentionnée en tant que source de documentation afin que d'autres puissent se joindre à notre réseau grandissant.

Remerciements

Le contenu de cette boîte à outils a été développé par Angelica de Senders de Fair & Sustainable Advisory Services, Anna Lentink de Triodos Facet et Mieke Vanderschaeghe, consultante indépendante et Jacqueline Terrillon, coach dans le cadre de la trajectoire de coaching en Ouganda, avec le soutien de Roel Snelder d'Agri-ProFocus Pays-Bas.

Les outils sont extraits de manuels produits par des individus et des organisations, disponibles dans le domaine public ou rendus disponibles au réseau Agri-ProFocus sur le genre dans les chaînes de valeur. La boîte à outils s'inspire largement de manuels produits par USAID, SNV, GIZ, le BIT et CARE.

La publication 'Faire changer les chaînes' ('Challenging chains to change' pour la version anglaise) (Agri-ProFocus, KIT et IIRR 2012) est le résultat d'un processus d'ateliers d'écriture organisé par Agri-ProFocus et coordonné par Anna Laven et Rhiannon Pyburn de KIT. Au sein du réseau d'Agri-ProFocus, 105 cas ont été collectés, sélectionnés, rédigés et édités dans un ouvrage-ressource pour les professionnels du développement. Une version pdf est disponible gratuitement sur <http://www.agri-profocus.nl> (menu en haut à gauche, sous 'Publications'). Veuillez noter que le fichier à télécharger a une taille de 10MB. L'ouvrage peut également être commandé en format papier pour la somme de 25€ sur <http://www.lmpublishers.nl/>



2. Pourquoi un développement des chaînes de valeur intégrant la dimension de genre?

Il est de notoriété publique que le travail des femmes se situe souvent au sein des maillons les moins valorisés des chaînes de valeur, par ex. en tant que travailleuses à domicile ou informelles plus généralement. Les femmes ont tendance à être sous-payées et leurs emplois (informels) sont plus précaires. En milieu agricole, les femmes ne sont souvent pas visibles, alors qu'elles effectuent une grande partie des activités de la ferme. En outre, il est bien établi que les entreprises rurales appartenant à des femmes tendent à faire face à des contraintes bien plus nombreuses et bénéficient de bien moins de services et de soutien que celles dont les propriétaires sont des hommes.

Les arguments en faveur d'un développement des chaînes de valeur intégrant la dimension de genre peuvent être catégorisés comme suit:

Les arguments commerciaux

- *Les femmes assument souvent des rôles importants (mais invisibles) au sein des chaînes de valeur, jouant ainsi un rôle essentiel dans les stratégies d'amélioration.*
- *Les inégalités de genre dans les chaînes de valeur agricoles compromettent les opportunités commerciales*

Du point de vue de la chaîne de valeur/commercial, il est opportun de se pencher sur les différents rôles et tâches des hommes et des femmes dans les chaînes de valeur ainsi que d'adopter une perspective sexospécifique pour identifier et aborder les goulets d'étranglement dans le domaine du développement de la chaîne de valeur.

D'un point de vue économique général, une croissance inégale n'est pas «rentable». Cette optique est adoptée en particulier par les institutions économiques internationales comme la Banque Mondiale. Cette perspective considère que l'inégalité entre les genres entraîne des coûts économiques élevés et mène au gaspillage des ressources humaines ainsi qu'à des opportunités d'innovation manquées.

Les arguments de justice sociale

- *Hommes et femmes doivent bénéficier des interventions de développement.*
- *C'est un moyen de mettre en pratique notre engagement envers l'égalité entre les genres.*

Dans les années 1990, les priorités de l'ONU en matière de développement humain ont fait de l'être humain le sujet central et le principal bénéficiaire du développement. Ce paradigme insiste sur le fait que des capacités accrues permettent à un individu de saisir lui-même des opportunités de développement, ce qui requiert que les bénéfices de la croissance économique soient redistribués équitablement. De ce point de vue-là, les interventions visent par conséquent l'égalité des chances, un accès égal et des résultats égaux.

Promouvoir l'égalité des genres et autonomiser les femmes (MDG3) est un des plus grands défis du «Projet du Millénaire» et constitue une priorité pour bon nombre de bailleurs de fonds. L'autonomisation économique des femmes ainsi que l'accès aux marchés et aux services sont considérés par beaucoup d'entre eux comme essentiels au développement économique durable et à la réduction de la pauvreté.

Les arguments de réduction de la pauvreté et de sécurité alimentaire

- *Les femmes jouent un rôle important dans les processus de réduction de la pauvreté.*
- *Il est difficile de lutter contre la pauvreté lorsqu'on ne prend pas en compte les inégalités de genre.*
-

La réduction de la pauvreté est l'objectif premier de la plupart des organisations de développement. Cependant, dans la pratique, les interventions sur les chaînes de valeur ou le développement de nouvelles chaînes de valeur ne sont pas toujours pro-pauvres et sont basées sur la croissance économique en général plutôt que sur la redistribution des richesses.

Aborder les problèmes touchant les femmes pour parvenir aux objectifs de réduction de la pauvreté et de sécurité alimentaire est aussi un choix économique: les projets abordant la question de l'égalité entre les genres et l'autonomisation économique des femmes sont bien plus susceptibles d'améliorer les moyens de subsistance des familles et le bien-être de celles-ci ainsi que des enfants (voir la citation de FAO ci-dessous).

Diverses perspectives détermineront quels sont les arguments les plus convaincants. Les entrepreneurs ruraux se laisseront plus aisément persuader par les arguments économiques/commerciaux, alors que des ONG locales pourraient être plus intéressées par l'argument de la justice sociale. Pour le bailleur de fonds bilatéral ou multilatéral, l'argument de la sécurité alimentaire prévaudra.

Associer expertise en matière de genre et de chaîne de valeur

Les organisations de développement ne sont pas toujours conscientes de l'existence d'inégalités entre les genres, de leurs causes et des moyens de les combattre. Les contraintes de temps ne permettent pas toujours d'effectuer une analyse basée sur le genre avant d'entamer le développement et la mise-en-œuvre d'une intervention.

En outre, les connaissances approfondies sur la problématique du genre font souvent défaut et il existe des risques de résistance parmi les individus au sein de différentes organisations. C'est pourquoi le fait d'intégrer la question du genre dans la réflexion sur la chaîne de valeur ne requiert pas seulement une combinaison d'expertise et de connaissances, mais également des arguments convaincants en fonction des différents groupes cibles.

Citation:

«... si les femmes disposaient du même accès à ces ressources que les hommes, elles produiraient 20-30 % de nourriture en plus... » – La FAO au Travail 2010-2011

Les recherches de la FAO démontrent que les fermières sont de 20 à 30 % moins productives que les hommes, non pas parce qu'elles gèrent moins bien leurs fermes ou travaillent moins dur. La raison principale du clivage entre les performances des hommes et des femmes est que les premiers ont accès à des ressources rarement disponibles pour les fermières – incluant terres, financement et technologie, entre autres. De plus, les femmes ne bénéficient pas équitablement d'avantages tels que les formations, l'information et les connaissances.

Toutefois, si les femmes disposaient du même accès que les hommes à ces ressources, elles produiraient 20 à 30 % de nourriture en plus et leurs familles jouiraient d'une meilleure santé, alimentation et éducation. Si les femmes bénéficiaient d'un accès égal aux ressources agricoles

et aux services, la sécurité alimentaire s'en trouverait grandement améliorée et les sociétés s'enrichiraient, pas seulement en termes économiques.

Remerciements

Laven, A. and N. Verhart, KIT (2011) 'Addressing gender equality in agricultural value chains: Sharing work in progress.'

FAO AT WORK (2010–2011) 'Women – key to food security'
FAO (2010–2011) 'Les femmes – clé de la sécurité alimentaire'
Disponible sur le World Wide Web.

World Bank report (2012) 'Gender Equality and Development'
Banque Mondiale (2012) 'Egalité des genres et développement'
Disponible sur le World Wide Web.

3. Concepts

3.1 Développement de la chaîne de valeur

L'objectif de cette boîte à outils est de motiver et d'aider les professionnels du développement à intégrer une perspective sexospécifique dans le développement des chaînes de valeur agricoles en fournissant des outils pratiques pour tous les stades d'intervention. Avant d'aborder les détails des perspectives sexospécifiques, nous résumerons tout d'abord les caractéristiques les plus importantes du développement d'une chaîne de valeur. La première partie de ce paragraphe est tirée de l'ouvrage «Interventions de bailleurs de fonds dans le développement des chaînes de valeur», 2007, subventionné par la SDC.

Qu'est-ce qu'une «chaîne de valeur»?

Une chaîne de valeur est un modèle analytique ainsi qu'opérationnel. Le modèle tient compte du fait qu'un produit est rarement consommé immédiatement à l'endroit où il est produit. Il est transformé, combiné à d'autres produits, transporté, emballé, exposé, etc., jusqu'à ce qu'il parvienne au consommateur final. Au cours de ce processus, les matières premières, les produits intermédiaires et finaux sont la propriété d'une variété d'acteurs liés entre eux par des échanges et des services, et chacun ajoute une valeur supplémentaire au produit.

Divers types de services publics et privés, comme les services de développement d'entreprises, l'électricité, le transport, les services financiers, etc., sont aussi importants que des conditions d'encadrement favorables comme les lois, les réglementations, ainsi que leur mise en œuvre. Le modèle de chaîne de valeur suppose que, en comprenant les interactions entre tous ces acteurs, il est possible pour les organisations publiques et privées (y compris les organisations de développement) d'identifier des points d'intervention afin de (1) accroître l'efficacité et par là même la valeur totale générée et de (2) améliorer les compétences des acteurs concernés afin d'augmenter leur part de la valeur totale générée.

Pourquoi le développement de chaînes de valeur est-il important?

La mondialisation ne fait pas que combler les lacunes du marché et rapprocher les producteurs et les consommateurs; elle apporte également la compétition régionale et internationale dans les marchés locaux. Par exemple, tout produit agricole non consommé par les fermiers et leurs familles est un produit qui pénètre le marché (local ou international) et entre aujourd'hui en compétition avec des produits provenant de près ou de loin. C'est pourquoi tout fermier offrant ses produits à la vente fait instantanément partie d'une chaîne de valeur. Les raisons poussant un projet ou un programme subventionné par un bailleur de fonds à intervenir peuvent inclure les points suivants:

1. Certains individus ont besoin de soutien afin de devenir des acteurs au sein de chaînes de valeur existantes.
2. Le rôle que les acteurs jouent au sein d'une chaîne de valeur est plus important que le fait d'appartenir à une chaîne de valeur, par ex. leur pouvoir de négociation au sein de la chaîne.
3. Certains acteurs sont bloqués dans des chaînes de valeur qui maintiennent de bas revenus. Ceux-ci ont besoin d'appui pour explorer de nouvelles opportunités.
4. Le fait de renforcer un acteur d'une chaîne de valeur permet de créer des avantages compétitifs pour le système dans sa globalité. En l'occurrence, un grand nombre de personnes en concurrence dans les marchés locaux, régionaux et mondiaux peuvent bénéficier de ces avantages.

Stratégies générales

L'approche stratégique d'appui aux chaînes de valeurs et des services qui y sont liés est similaire à toute intervention de bailleur de fonds au sein de systèmes complexes:

Concentrez-vous sur le changement des processus et des comportements et pas uniquement sur le fait de résoudre les problèmes identifiés.

- Evitez d'assumer des fonctions qui font partie du cycle commercial (par ex. prenez garde de ne pas vous substituer aux entrepreneurs locaux).
- Travaillez en collaboration avec des initiatives commerciales existantes et n'établissez pas de nouveaux canaux de commercialisation qui ne soient durables, même si ceux-ci offrent de meilleures conditions pour les fermiers durant la durée de vie du projet.
- Evitez de mener des interventions qui feront concurrence à des commerces et autres services existants, à moins d'être convaincu(e) de leur viabilité et de leur durabilité.
- Faites face aux imperfections du marché et retirez-vous lorsque le marché fonctionne.

Une vision systémique des chaînes de valeur

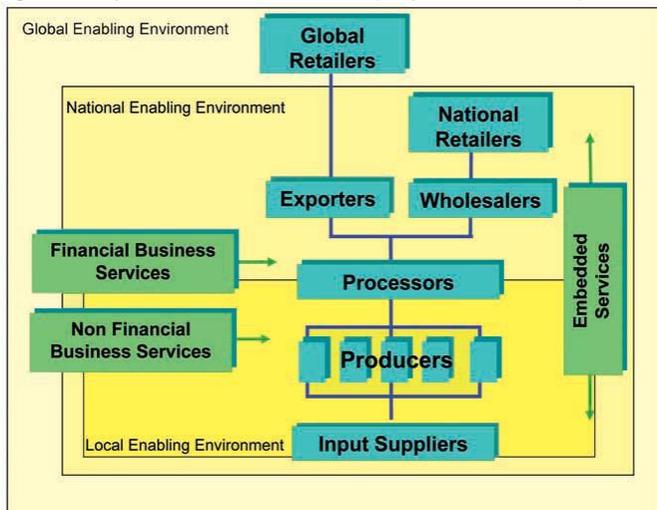
Une vision systémique intègre trois niveaux d'analyse importants au sein d'un réseau de chaînes de valeur et permet d'identifier les opportunités et les goulots d'étranglement dans ces niveaux ainsi que dans les interactions dynamiques qui existent entre ceux-ci.

Les acteurs de la chaîne de valeur: la chaîne d'acteurs qui traitent directement les produits, par ex. qui les produisent, les transforment, les vendent ou les possèdent.

Les supporteurs de la chaîne de valeur: Les services fournis par divers acteurs qui ne traitent jamais directement un produit, mais dont les services ajoutent de la valeur au produit.

Les facteurs d'influence de la chaîne de valeur: Le cadre réglementaire, les politiques, les infrastructures, etc. (au niveau local, national et international).

Figure 1: Le système de la chaîne de valeur (adapté de USAID, 2006)



Traduction de la figure 1: Environnement mondial favorable/détaillants au niveau mondial

Environnement national favorable/détaillants au niveau national/exportateurs/grossistes

Services commerciaux financiers/transformateurs

Services commerciaux non financiers/producteurs

Environnement favorable local/fournisseurs d'intrants

Services intégrés

L'intérêt public pour le développement de chaînes de valeur

Alors que les entrepreneurs investissent, poursuivant des intérêts privés, les organisations de développement devraient investir dans des domaines d'intérêt public, tels que l'amélioration de l'accès aux activités commerciales, la promotion de programmes de commerce équitable, le développement des capacités des petits entrepreneurs, les normes en matière de travail, la responsabilité sociale des entreprises, etc.

Les interventions publiques au sein des marchés mènent inévitablement à des changements dans les marchés existants. Là où il n'existe pas de marché pour un produit spécifique, ou là où un marché existant est monopolisé par une compagnie à elle seule, la création d'un marché ou l'élimination d'une distorsion peut néanmoins constituer l'objectif d'une intervention de développement.

Le souci principal d'une intervention de la part d'un bailleur de fonds est l'effet de «levier»: Comment les organisations de développement travaillent-elles vers un changement systémique visant à atteindre des dizaines de milliers de personnes plutôt que d'apporter une assistance directe dans le but d'aider quelques entreprises ou fermiers? A quels points est-il possible de produire un effet de levier afin de réaliser les changements systémiques recherchés dans un secteur?

Les organisations de développement ne devraient intervenir dans une chaîne de valeur que lorsque:

1. Il existe une sorte de «défaillance du marché» - un manque de financement ou d'information par exemple, ou un potentiel élevé d'amélioration d'une chaîne de valeur fonctionnant correctement.
2. Les bénéfices généraux des interventions visant à corriger cette défaillance du marché en excèdent les coûts.
3. Les résultats de l'intervention correspondent à l'intérêt public (par ex. la sécurité alimentaire, la réduction de la pauvreté, les pratiques environnementales saines, etc.)

Les interventions visant à développer les chaînes de valeur sont basées sur l'analyse du système de la chaîne. Ces interventions sont alors formulées et mises en œuvre, luttant contre les goulots d'étranglement aux différents niveaux des acteurs de la chaîne, supporteurs et facteurs d'influence. Par conséquent, les résultats doivent être mesurés à différents niveaux et de différentes manières.

L'émergence de l'approche «faire fonctionner les marchés au bénéfice des pauvres» (M4P)

L'approche «faire fonctionner les marchés au bénéfice des pauvres» a récemment gagné du terrain. Le M4P n'est pas un substitut à l'approche du développement de chaînes de valeur mais se base sur cette dernière. Le principe du développement de la chaîne de valeur est également de faciliter un changement systémique, plutôt que d'être acteur de la chaîne de valeur ou supporteur d'entreprise.

Les interventions au niveau des systèmes de marchés sont les plus durables et atteignent la plus grande envergure lorsqu'elles sont entreprises par des acteurs du marché et non des acteurs du développement. Toutefois dans la pratique, les acteurs du développement sont intervenus directement au sein des marchés et ont revêtu des rôles tant d'acteurs que de supporteurs de la chaîne de valeur. Par conséquent, dans le passé, les interventions de développement économiques n'ont pas été à la hauteur pour ce qui est de la durabilité de l'impact, de la faisabilité et/ou du rapport coût efficacité.

Le M4P est une approche globale qui se base sur une analyse approfondie des réalités économiques des pauvres; le développement de la chaîne de valeur (DCV) constitue un point de

départ important pour cette analyse. Dans une plus grande mesure que le DCV, l'approche du M4P souligne l'importance de la connaissance des systèmes de marché locaux, nationaux et mondiaux qui influencent les économies auxquelles participent les pauvres. En identifiant et en faisant face aux moteurs responsables de ces échecs, des solutions durables peuvent être trouvées. C'est la raison pour laquelle, le changement systémique des systèmes de marché occupe une place centrale au sein de l'approche du M4P. La figure 2 résume les principes fondamentaux du M4P. Pour de plus amples informations concernant le M4P, nous vous recommandons également l'«approche du développement des marchés (M4P): un résumé» (voir: remerciements).

Il apparaît de plus en plus clairement que le M4P fonctionne; d'importants programmes, au sein de différents contextes et systèmes de marché, ont pu mesurer des résultats tangibles tels qu'un nombre croissant d'individus accédant à de nouveaux services et à un revenu accru. La SDC, avec DFID, SIDA et le PNUD encouragent l'approche du M4P afin de promouvoir le développement inclusif des marchés comme moyen de soutenir la croissance et la réduction de la pauvreté dans les pays en voie de développement.

Figure 2: M4P: un résumé (source: Napier et coll., DFID, GIZ, 2013)

M4P: un résumé

Le M4P est une approche de développement des systèmes de marchés qui fonctionne plus efficacement, de manière plus durable et plus rentable pour les pauvres, offrant à ceux-ci les capacités et les opportunités d'améliorer leurs vies. Cette approche, applicable aux organisations de développement et gouvernements travaillant à la fois dans le domaine économique et social, est définie par un nombre de caractéristiques importantes.

Le M4P est une approche du développement offrant un cadre conceptuel, non seulement au niveau de la compréhension de la situation des pauvres dans le contexte des systèmes de marchés (analyse), mais aussi concernant les moyens d'apporter des changements efficaces (action). L'analyse doit permettre d'identifier les contraintes systémiques sous-jacentes qui nuisent aux systèmes de marchés et de les résoudre. Son centre d'intérêt se concentre sur le développement de systèmes de marchés, évalués en tenant compte des différentes fonctions et acteurs du marché: publics et privés, formels et informels. Ce caractère systémique du M4P définit bon nombre de ses caractéristiques les plus importantes.

En abordant les causes sous-jacentes (plutôt que les symptômes) d'une faible performance, le M4P cherche à déclencher un changement à grande échelle. Les interventions, qui peuvent être réduites, devraient continuellement s'efforcer d'influencer les actions des acteurs clés du marché afin d'apporter un changement systémique extensif et solidement ancré.

La durabilité est la préoccupation principale du M4P. Il s'agit non seulement de prendre en considération les ajustements actuels des fonctions et acteurs clés des marchés, mais aussi du potentiel de ceux-ci à fonctionner de manière plus efficace à l'avenir, dépendamment des incitations et des capacités des acteurs (gouvernements, secteur privé, associations, etc.) à assumer divers rôles.

Le M4P attend des organisations et gouvernements qu'ils jouent un rôle de facilitateur. En tant qu'acteurs externes, leur objectif est de catalyser les autres acteurs du système du marché (tout en n'en faisant pas partie eux-mêmes). Pour les gouvernements (en dehors de situations où ceux-ci jouent un rôle à long terme au sein du système du marché) ainsi que les organisations, le rôle de facilitateur est intrinsèquement un rôle temporaire.

Finalement, en tant que cadre global, le M4P ne remplace pas nécessairement d'autres outils et méthodologies spécifiques, mais procure plutôt un cadre transparent et multidisciplinaire au sein duquel ceux-ci peuvent être utilisés et adaptés afin de faire face à leurs limites et accroître ainsi leur efficacité.

Remerciements

Roduner, D., 2007, Donor interventions in value chain development. Working Paper. Community of Practice on Value chains in rural development. Financed by SDC, Berne, VCRD CoP, July 2007.

Napier, M., C. Melamed, G. Taylor and T. Jaeggi, 2013, Promoting Women's financial inclusion: A toolkit. DFID, GIZ. TopKopie GmbH, Frankfurt am Main. February 2013.

SDC, 2010, The market development (M4P) approach: a summary. With support by Springfield Centre for Business in Development Ltd., United Kingdom. May 2010.

3.2 Une perspective sexospécifique; concepts sous-jacents

Afin d'analyser la question de l'égalité des genres dans les chaînes de valeur, il est nécessaire de recueillir des informations à trois niveaux différents: au sujet des activités et du pouvoir au sein de la chaîne de valeur, du ménage et de la société dans son ensemble.

Ces niveaux respectifs ont fait l'objet de discussions approfondies parmi différents domaines de réflexion: l'approche du développement de la chaîne de valeur et l'approche basée sur les droits liés à l'égalité entre genre. La question est de savoir: comment réunir ces différentes approches?

Nous présentons dans cette section:

1. La matrice d'autonomisation de la chaîne considérée d'un point de vue sexospécifique.
2. Un cadre d'autonomisation sexospécifique utilisant les concepts de «capacité d'agir» et de «structure».
3. Une matrice (combinant les deux niveaux mentionnés ci-dessus) présentant les quatre dimensions de l'autonomisation sexospécifique au sein des chaînes de valeur.

1. Matrice de l'autonomisation de la chaîne

Un cadre utile nous permettant de comprendre les stratégies de développement des chaînes a été créé par KIT, Faïda MaLi et IIRR (2006). Le cadre d'autonomisation de la chaîne distingue quatre formes fondamentales de participation des petits exploitants au sein d'une chaîne. Chacun de ces rôles requiert des stratégies d'interventions différentes de la part de l'organisme d'appui.

Divers types de participation possibles à une chaîne ont été regroupés au sein de deux vastes dimensions:

Les activités de la chaîne: les types d'activités que les fermiers entreprennent au sein de la chaîne (qui fait quoi?)

La gouvernance de la chaîne: L'implication du fermier dans la gestion de la chaîne (qui détermine comment les choses sont faites?).

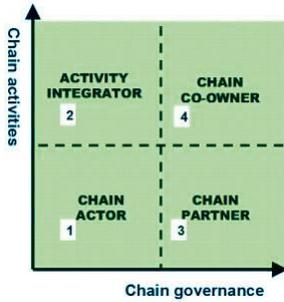
Les fermiers peuvent entreprendre diverses activités dans la chaîne, ou se concentrer sur le processus de production. D'autres exemples d'activités sont le séchage et la fermentation de leurs récoltes (activités post-récolte), ou encore le calibrage, le traitement, le transport et le commerce. Le fait d'être impliqué dans différentes activités de la chaîne est connu sous le terme d'**intégration verticale**. La question principale posée ici afin de déterminer la position d'un fermier est: quelles sont les activités exercées par les fermiers?

L'implication des exploitants dans la gestion de la chaîne est liée à leur implication au sein du processus de décision, au contrôle sur les questions relatives à la gestion, etc. Les fermiers peuvent se trouver exclus de la prise de décision concernant des questions qui les affectent (par exemple concernant les cultures qu'ils exploitent). Il peut aussi s'avérer que le degré de contrôle des fermiers soit élevé: il se peut que ceux-ci soient en mesure de décider combien ils veulent vendre, à qui et à quel prix. Il se peut aussi qu'ils contrôlent la définition des normes de calibrage et de production. Le fait d'être impliqué dans de nombreuses questions liées à la gestion de la chaîne est connu sous le terme d'**intégration horizontale**.

La matrice de l'autonomisation de la chaîne:

Ces deux dimensions sont combinées au sein de cette matrice.

Figure 3: Dimensions de l'autonomisation de la chaîne (source: KIT, Faida MaLi et IIRR, 2006)



Traduction de la figure 3: Activités de la chaîne/Gouvernance de la chaîne
Intégrateur d'activités/Copropriétaire de la chaîne/Acteur de la chaîne/Partenaire de la chaîne

Dans cette matrice, nous retrouvons quatre stratégies d'autonomisation:

1. S'améliorer en tant qu'acteur de la chaîne;
2. Ajouter de la valeur par l'intégration verticale;
3. Développer des partenariats dans la chaîne;
4. Augmenter le contrôle et la «l'appropriation» de la chaîne – les fermiers tentent d'établir des liens directs avec les consommateurs.

Lors de l'intégration d'une perspective sexospécifique dans le cadre de l'autonomisation de la chaîne, il convient de tenir compte des types de processus d'autonomisation vécus par les fermiers de sexe féminins et masculins. De quelle façon les hommes se déplacent-ils le long des deux axes d'intégration et quels sont les changements vécus par les fermières au sein d'une chaîne spécifique?

Voici comment pourrait se présenter la matrice d'autonomisation de la chaîne, sous l'angle sexospécifique:

1. Acteur de la chaîne: s'améliorer et être visible; les petites exploitantes féminines deviennent visibles à mesure qu'elles se spécialisent dans différentes cultures et leurs contributions sont reconnues et valorisées.
2. Intégrateur d'activités: effectuer des choix et être en mesure d'évoluer; les femmes choisissent de mener des activités situées en amont de la chaîne et contrôlent le revenu qu'elles gagnent. Elles acquièrent les compétences requises et sont confiantes.
3. Partenaire de la chaîne: les contraintes au leadership des femmes sont levées; développement de partenariats dans la chaîne et élimination des contraintes à la participation au processus de décision. Règles, réglementations et politiques prennent en compte l'égalité entre les genres.
4. Propriétaire de la chaîne: les femmes assument des fonctions de dirigeantes. Les femmes possèdent à la fois les capacités et ont l'opportunité de devenir copropriétaires d'entreprises et d'établir des liens directs avec d'autres acteurs de la chaîne, y compris les marchés de consommateurs. Les règles, réglementations et politiques soutiennent le leadership des femmes.

2. Autonomisation sexospécifique

Le cadre repris ci-dessus permet, tel qu'il est, d'aborder certaines préoccupations majeures en matière d'égalité entre les genres, mais présente toutefois certaines limites. Qu'en est-il de la distribution des revenus et de la charge de travail au sein du ménage? Quels choix et alternatives se présentent aux femmes en ce qui concerne les activités de la chaîne et sa gestion? Les femmes ont-elles leur mot à dire au-delà de la chaîne et si c'est le cas, s'expriment-elles? Quelles sont leurs perspectives et leurs besoins concernant leurs réalisations au sein de la chaîne? Afin de répondre à ce type de questions, un cadre d'autonomisation sexospécifique est nécessaire.

Un cadre d'autonomisation sexospécifique doit d'abord faire la distinction entre les concepts de genre et de femmes. Le terme «femme» n'est pas synonyme de genre mais il correspond à une catégorie de personnes. Le genre est la différence construite socialement entre femmes et hommes; il ne s'agit pas tant des différences biologiques entre les femmes et les hommes, mais de la façon dont la société définit les différences entre féminité et masculinité, ainsi que les relations de pouvoir et dynamiques qui en résultent. Le fait de savoir ce que font les femmes au sein d'une chaîne ou d'un ménage ou de savoir comment les femmes ou les hommes dépensent leurs revenus constitue un point de départ mais ne révèle pas nécessairement quoi que ce soit à propos du genre.

Gardant à l'esprit les inégalités existant entre les genres, l'autonomisation des genres peut être définie comme «un processus par lequel ceux qui ont été privés de la capacité d'opérer des choix de vie stratégiques acquièrent la capacité de le faire» (Kabeer, 1999: 437). L'autonomisation, c'est le changement des relations de genre visant à renforcer la capacité des femmes à bâtir leurs propres vies. Par conséquent, l'autonomisation constitue un processus de changement.

Structure et capacité d'agir

Afin de créer des stratégies d'amélioration susceptibles de mener à des résultats équitables en matière de genre (hommes et femmes bénéficient de l'amélioration de manière égale), des dimensions additionnelles sont nécessaires au sein du cadre d'autonomisation de la chaîne afin de cerner parfaitement les processus déterminant le positionnement des femmes et les contraintes auxquelles elles font face, ainsi que pour développer des interventions abordant celles-ci et menant à des améliorations (changements). Les dimensions additionnelles suggérées pour le cadre sont issues des sciences sociales et sont également utilisées dans des écrits provenant des domaines de l'économie politique et du genre.

Ces dimensions additionnelles se penchent sur le rôle des institutions et la manière dont celles-ci influencent les interactions des individus (par exemple dans la chaîne de valeur), et en même temps sur la façon dont les comportements individuels influencent et sont influencés par ces institutions (décisions que prennent les individus et pourquoi). Il s'agit de l'impact sur le comportement, des valeurs et des idées (institutions informelles) spécifiques à un certain contexte, à une période et parfois aussi à une chaîne de valeur spécifique.

Les relations de genre peuvent être analysées selon la même perspective. Celles-ci sont forgées par les comportements individuels ainsi que par les institutions sociales comme par exemple les normes et les valeurs concernant le rôle que les hommes et les femmes sont supposés remplir au niveau de la production. Afin d'intégrer les relations entre les genres dans le développement de chaînes de valeur, nous introduisons deux nouvelles dimensions: la structure et la capacité d'agir.

1. **La capacité d'agir** est la capacité des individus à agir indépendamment ainsi qu'à exercer librement leurs propres choix.
2. **Les structures** sont des facteurs tels que la classe sociale, la religion, le genre, l'éthnicité, les coutumes, etc. limitant ou influençant les opportunités des individus.

Ces deux concepts sont intimement liés:

- Le fait de se concentrer uniquement sur les structures revient à supposer qu'il n'existe pas de contraintes liées à la capacité d'agir; par exemple, que si des services commerciaux et financiers sont accessibles, une femme peut décider librement d'utiliser ces services sans être confrontée à aucune contrainte de la part de sa famille, sa communauté ou sa classe/caste/ou autre statut s'opposant, par exemple, à la commercialisation de ses produits.
- Le fait de se concentrer uniquement sur la capacité d'agir revient à supposer qu'il n'existe pas de contraintes liées à la structure; par exemple, que les lois sont toujours mises en œuvre et que des opportunités égales mèneront toujours à la parité des résultats.

Lorsqu'on se penche sur l'interaction entre les structures et la capacité d'agir, les dimensions du cadre d'autonomisation de la chaîne nous aident à comprendre l'impact sur les comportements individuels de structures (institutions formelles et informelles) spécifiques à un contexte ou à un moment donné et parfois à une chaîne de valeur spécifique, ou inversement. En résumé, dans ce type d'analyse, la capacité d'agir des individus détermine, et est à son tour déterminée par les règles et institutions formelles et informelles responsables d'un positionnement particulier dans la chaîne de valeur ainsi que des résultats des interventions sur la chaîne de valeur.

3. Quatre dimensions de l'autonomisation du genre dans les chaînes de valeur

Lorsque le cadre d'autonomisation du genre et la matrice de l'autonomisation de la chaîne sont regroupés en une seule matrice, on peut distinguer quatre dimensions d'autonomisation du genre dans les chaînes de valeur:

L'intégration verticale dans la chaîne concerne les activités menées par les femmes.

L'intégration horizontale concerne le pouvoir de décision des femmes au sein de la chaîne, ou la gouvernance.

La dynamique des genres au sein du ménage et de la communauté concerne la capacité d'agir des femmes.

Le contexte institutionnel: les règles, normes et valeurs définissent la structure au sein de laquelle opèrent les femmes dans une chaîne de valeur.

Chaque niveau comporte des éléments de capacité d'agir et de structure. Des questions différentes peuvent être posées pour chaque niveau (voir figure 4).

Figure 4: Quatre dimensions de l'autonomisation du genre dans les chaînes de valeur (source: Laven et coll., 2009)

Vertical integration into chain	<ul style="list-style-type: none"> ➤ What activities do women and men in the chain do? ➤ What benefits do women and men gain?
Horizontal integration into chain	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Who determines the conditions under which these activities are done and benefits are gained and distributed?
Gender dynamics in household and community	<ul style="list-style-type: none"> ➤ How do changes in the first two dimensions affect the gender division of labour, assets and decision-making within the household? ➤ How do the changes in the first two dimensions affect the gender dynamics within the community?
Institutional context: rules, norms and values	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Which economic, political and social factors enable or constrain women's empowerment on the other three dimensions? ➤ How do changes in the first two dimensions influence the institutional context?

Traduction de la figure 4: -Intégration verticale dans la chaîne- Quelles activités les femmes et les hommes mènent-ils dans la chaîne? Quels bénéfices les femmes et les hommes en retirent-ils?

-Intégration horizontale dans une chaîne- Qui détermine les conditions selon lesquelles les activités sont réalisées et les bénéfices gagnés et distribués?

-Dynamiques de genre au sein du ménage et de la communauté- Comment les changements effectués au sein des deux premières dimensions affectent-ils la division sexospécifique du travail, des biens ainsi que le processus de décision au sein du ménage? Comment les changements effectués au sein des deux premières dimensions affectent-ils la dynamique des genres au sein de la communauté?

Contexte institutionnel: règles, normes et valeurs- Quels facteurs économiques, politiques et sociaux permettent ou contraignent l'autonomisation des femmes dans les trois autres dimensions? Comment les changements effectués au sein des deux premières dimensions influencent-ils le contexte institutionnel?

Remerciements

KIT Faida MaLi and IIRR (2006) 'Chain empowerment: Supporting African farmers to develop markets'.

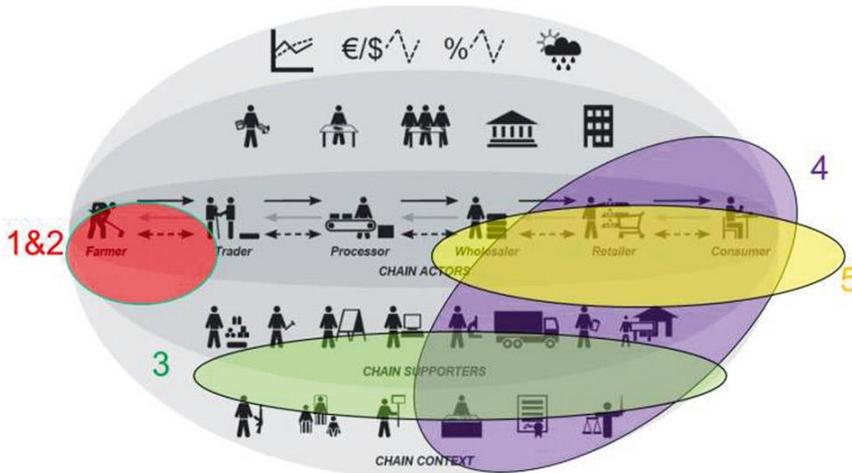
Laven, A. and N. Verhart, KIT (2011) 'Addressing gender equality in agricultural value chains: Sharing work in progress.'

Laven, Anna (KIT), Anouka van Eerdewijk (CIDIN), Angelica Senders (ICCO), Catherine van Wees (Hivos) and Roel Snelder (Agri-ProFocus) (2009) 'Gender in Value Chains, Emerging Lessons and Questions, A Draft working paper'

4. Elaboration de stratégies

Lors de la conception d'une intervention visant l'égalité entre les genres dans une chaîne de valeur, il faut tout d'abord décider de la stratégie à suivre. Ce chapitre vous permettra de situer votre organisation et de sélectionner les stratégies les mieux adaptées. Il présente également cinq stratégies abordant le développement de chaînes de valeur tenant compte de la question du genre selon des perspectives différentes. Celles-ci sont représentées sous forme de schéma ci-dessous.

Figure 5: Cinq stratégies abordant le développement de chaînes de valeur tenant compte de la question du genre (source: Pyburn, R. et Laven, A., 2012¹)



Traduction de la figure 5: Acteurs de la chaîne: fermiers, commerçants, transformateurs, grossistes, détaillants, consommateurs
supporteurs de la chaîne/contexte de la chaîne

Les cinq stratégies

1. Atténuer la résistance en s'appuyant sur la tradition
2. Créer de l'espace pour les femmes
3. Organiser le changement
4. Normes, certification et labels
5. Genre et RSE

¹ Pyburn, R. et Laven, A. (2012) 'Lancement du livre – Une affaire de femme: l'équité entre les genres dans le développement des chaînes de valeur agricoles'. Présentation Power point pour le lancement d'une première édition du livre: KIT, APF, IIRR (2012) 'Faire Changer les Chaînes: l'équité entre les genres dans le développement des chaînes de valeur agricoles'. Editions KIT, Institut Royal des Tropiques, Amsterdam. Présenté à l'hôtel Ninzi Hill, Kigali, Rwanda. Mai 25, 2012.

Stratégie 1: Atténuer la résistance en s'appuyant sur la tradition

Cette stratégie s'appuie sur les rôles traditionnels des femmes au sein des chaînes de valeur. La professionnalisation des tâches traditionnelles des femmes augmente la visibilité de celles-ci dans les chaînes de valeur, ce qui accroît les bénéfices qui leur reviennent.

Cette stratégie est particulièrement adaptée:

- Au sein d'environnements traditionnels (conservateurs): les femmes rencontrent moins de résistances lorsqu'elles s'engagent dans des activités économiques typiquement féminines.
- Au sein de sociétés pastorales où les femmes s'occupent traditionnellement du bétail.
- Au sein de sociétés vulnérables (par ex. dans des zones ayant connu un conflit ou une sécheresse) où les femmes rencontrent des difficultés dans la reconstruction de leurs moyens de subsistance.
- Au sein de sociétés se remettant d'un conflit, où de nombreuses femmes sont devenues les soutiens de famille.
- Au sein de sociétés religieuses où les femmes font face à de nombreuses contraintes.

Exemples

1. Professionnalisation de chaînes féminines informelles (par ex. le karité)
2. Transformer des responsabilités traditionnelles en nouvelles opportunités commerciales (par ex. le bétail)
3. Transformer les systèmes en conférant de nouveaux rôles aux femmes (par ex. les produits laitiers)
4. Améliorer la position des femmes (par ex. l'agriculture verte)

Exemple 1. Professionnalisation de chaînes féminines informelles (par ex. le karité)

Point d'entrée

Professionnalisation des activités informelles dans lesquelles les femmes des zones rurales sont traditionnellement impliquées.

Pourquoi?

Les secteurs traditionnellement «féminins» fournissent d'excellents points d'entrée pour la promotion et l'autonomisation des femmes. Exploiter le potentiel économique de telles activités permet l'émancipation en douceur, financièrement rentable et à grande échelle des femmes, impliquant un risque réduit d'opposition de la part de la communauté ou de reprise par des hommes.

Comment?

Nous pouvons distinguer trois types d'interventions soutenant les femmes impliquées dans des chaînes féminines informelles. Celles-ci vont souvent de pair et se renforcent l'une l'autre:

- Un programme solide de développement des capacités, étant donné que les femmes impliquées dans des activités traditionnelles ont souvent de faibles niveaux d'instruction.
- Le renforcement des capacités organisationnelles des groupes de femmes.
- Le développement chez les femmes de compétences entrepreneuriales ainsi que de solides capacités de leadership.

Conditions du succès

- Les femmes sont à la fois titulaires de leur organisation et de leur équipement.
- La sensibilisation des hommes.
- Un minimum d'interférences extérieures afin d'éviter la dépendance: par ex. l'intervention doit avoir un rôle facilitateur plutôt que dirigeant.

Exemple 2. Transformer des responsabilités traditionnelles en nouvelles opportunités commerciales (par ex. le bétail)

Point d'entrée

Lever les barrières empêchant les femmes de transformer des responsabilités traditionnelles en nouvelles opportunités (commerciales).

Pourquoi?

Les femmes s'occupent traditionnellement du bétail mais des barrières diverses – incluant une mobilité réduite et un manque de capacités individuelles – les empêchent de profiter des avantages économiques. Développer leurs capacités ainsi que le fait de mettre celles-ci en liaison avec les marchés leur donne la possibilité de mettre à profit leurs responsabilités familiales pour leurs entreprises. Cette approche ne s'éloigne pas des rôles traditionnels et prend soin de ne pas aller à l'encontre de traditions fermement enracinées. De cette manière, on peut s'attendre à peu de résistance de la part des hommes et des femmes.

Comment?

- La réduction de l'éloignement des marchés (à la fois physique et psychologique).
- Le développement de capacités, incluant le développement de compétences entrepreneuriales et de leadership
- Le renforcement des capacités organisationnelles des groupes de femmes.
- La garantie de l'accès au financement.

Conditions du succès

- Le commerce de bétail appartient aux femmes.
- L'implication des autorités locales et des services de soutien.
- La mise en place de liens avec le marché par la facilitation.
- Le soutien des hommes.

Exemple 3. Transformer les systèmes en conférant de nouveaux rôles aux femmes (par ex. les produits laitiers)

Point d'entrée

Transformer la tâche typiquement féminine qui consiste à s'occuper des animaux, en activités économiques professionnelles.

Pourquoi?

De nombreuses petites exploitantes nourrissent, traitent et s'occupent des animaux laitiers. La plupart vendent du lait à des collecteurs, à des prix relativement bas. En s'organisant et en faisant du commerce en groupe, elles peuvent assumer de nouveaux rôles dans la chaîne de valeur et au sein de la société. À l'aide de formations et de soutien, elles peuvent offrir des services à d'autres acteurs (féminins) du secteur laitier. Dans des régions se remettant de conflits et dans les sociétés pastorales, la production laitière est un des seuls secteurs offrant des opportunités économiques aux femmes en situation de vulnérabilité.

Comment?

On distingue deux types d'interventions visant à soutenir les femmes dans le changement des rôles traditionnels au sein du secteur de la production laitière:

- L'organisation en groupes: coopératives dirigées par des femmes, commercialisation en groupe et échange de connaissances.
- Le renforcement des capacités: développement de compétences (entrepreneuriales) et en leadership.

Conditions du succès

- Une analyse de la chaîne de valeur prenant en compte la dimension de genre comme point de départ.
- L'intégration des activités et services dans la communauté locale et auprès du secteur privé.
- La sensibilisation des hommes et des femmes et l'implication de ceux-ci dans le développement des capacités.
- La possession d'animaux laitiers.

Exemple 4. Améliorer la position des femmes par l'agriculture verte

Point d'entrée

Transformer le rôle traditionnel de garante du ménage des femmes des régions rurales, en un rôle de garante du commerce et de l'environnement: devenir protectrice de l'environnement.

Pourquoi?

Une agriculture qui respecte l'environnement présente trois types d'avantages: (1) elle conserve l'environnement; (2) elle permet d'augmenter le revenu d'un fermier en réduisant les coûts de production et en augmentant la qualité du produit; (3) associée à un programme favorisant l'équité entre les genres, elle peut promouvoir celle-ci. Le fait d'aider les femmes à renforcer leurs activités économiques élargit leurs horizons au niveau d'autres aspects de la société.

Comment?

Les interventions doivent prendre en compte la situation des femmes (par exemple respecter les restrictions qui leur sont imposées), agir doucement et pas à pas. On distingue trois types d'interventions aidant les femmes à transformer les rôles traditionnels:

- Organiser des groupes: de femmes, d'hommes et mixtes.
- Développer les capacités dans les domaines de la sensibilisation, des connaissances, des compétences entrepreneuriales et de leadership.
- Des marchés mieux organisés.

Conditions du succès

- Une demande pour les produits bios ou naturels.
- Un travail étroit avec la communauté locale et le secteur privé ainsi que la sensibilisation des hommes, visant à fournir une vision claire de la façon dont la communauté en bénéficiera.
- Un intérêt particulier pour l'amélioration de la situation des femmes et de la chaîne de valeur, plutôt que pour l'agriculture verte en soi.
- L'accès des femmes à la propriété foncière.
- La considération de différents points d'entrée (économiques et environnementaux), car commencer par la question du genre pourrait s'avérer trop délicat.
- L'agriculture verte, non comme un objectif, mais plutôt comme un moyen d'améliorer la situation des femmes et la chaîne de valeur.

Remerciements

Laven et coll. (2012) 'Atténuer la résistance en s'appuyant sur la tradition'. Dans 'Faire changer les chaînes. L'équité des genres dans le développement de chaînes de valeur agricoles' KIT, Agri-ProFocus, et IIRR (eds), pages 57-70. Editions KIT, Amsterdam.

Stratégie 2: Créer de l'espace pour les femmes

Cette stratégie (i) positionne les femmes au sein de chaînes de valeur dominées par des hommes afin d'augmenter leur visibilité ainsi que leur pouvoir de décision économique et (ii) stimule l'entrepreneuriat féminin (nouvelles entreprises ainsi qu'amélioration d'entreprises existantes).

La stratégie du «positionnement des femmes dans des chaînes de valeur dominées par des hommes» est particulièrement aisée à appliquer:

- Lorsque la propriété foncière n'est pas affectée et lorsque des intrants chers ou autres obstacles majeurs contraignant les femmes ne sont pas nécessaires.
- Lorsque les activités peuvent aisément être effectuées par des femmes sans augmenter leur charge de travail générale (gardant à l'esprit les nombreuses autres responsabilités des femmes).

La stratégie de l'«entrepreneuriat féminin» est particulièrement appropriée:

- Lorsque les femmes prennent déjà des initiatives commerciales mais pourraient améliorer ces-dernières ou les étendre.
- Lorsqu'il existe clairement une opportunité de marché que les femmes peuvent exploiter.
- Lorsque les opportunités commerciales sont adaptées aux autres exigences relatives au temps et à la situation des femmes. Par exemple, lorsqu'elles n'ont pas besoin de beaucoup d'actifs ni de posséder de terres, que le commerce est situé à proximité de la maison et ainsi de suite.
- Lorsqu'il n'y a pas trop de résistance de la part des hommes et du reste de la communauté.

1. Positionner et introduire les femmes dans des chaînes dominées par des hommes

Point d'entrée:

Mieux positionner les femmes au sein de chaînes dominées par des hommes: garantir leur visibilité et leur pouvoir de décision économique.

Pourquoi?

Les femmes effectuent déjà la plupart du travail au sein de nombreuses chaînes de valeur dominées par des hommes. En rendant leurs contributions explicites, les femmes acquièrent des opportunités et sont capables d'améliorer leurs aptitudes et leurs pratiques. Ceci permet, à son tour, à la fois l'émancipation socio-économique de ces femmes et des améliorations au niveau des activités de la chaîne. Lorsque plus d'acteurs sont viables économiquement parlant et sont capables d'améliorer leurs entreprises au sein de la chaîne, celle-ci se renforce. L'implication de femmes apporte une nouvelle dynamique ainsi que de la diversité aux organisations et entreprises concernées.

Comment?

On distingue différents types d'interventions d'appui aux femmes travaillant au sein de chaînes de valeur dominées par des hommes. Ces interventions se renforcent souvent l'une l'autre:

- Reconnaître les contributions des femmes au sein d'une chaîne de valeur. Une analyse de la chaîne de valeur peut aider dans la discussion sur la participation, ou éventuelle participation future des femmes, avec toutes les parties intéressées, et rendre cette participation visible.
- Sensibiliser les hommes, les femmes, les communautés, les gouvernements, les compagnies, etc. et faciliter la collaboration entre ces acteurs.

- Impliquer les femmes dans des coopératives ou groupes de producteurs et développer les capacités de celles-ci dans les domaines du commerce, de l'alphabétisation, des technologies, du leadership, de la finance, etc.
- Introduire de nouveaux services et technologies qui soient favorables aux femmes afin d'améliorer les activités de la chaîne.

Conditions du succès

- Rendre visibles les contributions des femmes dans la chaîne et renforcer leur confiance à prendre des décisions conjointes concernant les activités de la chaîne et les dépenses.
- Changer les lois, les règles, les statuts, etc. afin de permettre aux femmes d'occuper certaines fonctions au sein de la chaîne de valeur ou de la coopérative. Dans certains cas, cela pourrait impliquer l'accès à la propriété foncière.
- Sensibiliser les hommes et les communautés aux bénéfices de la participation des femmes et aux risques que représente le fait de les exclure.

2. Entrepreneuriat féminin

Point d'entrée

Positionner les femmes (et les groupes de femmes) en tant qu'entrepreneuses rurales pour démarrer des nouvelles entreprises ou aider les femmes à développer et renforcer leurs entreprises en offrant les formations et les services adéquats.

Justification

Les entrepreneuses rurales ne sont pas assez reconnues, bien que leur nombre grandisse. Comparées aux hommes, les femmes tendent à faire face à des défis supplémentaires lorsqu'elles désirent agrandir ou améliorer leurs entreprises. Les interventions visant à soutenir les entrepreneuses amènent la prospérité économique, réduisent la pauvreté et améliorent la position économique et sociale des femmes, ainsi que leurs activités dans la chaîne.

Comment?

Dans certains cas, les femmes ont déjà des entreprises ainsi que des idées créatives et innovatrices sur la manière d'ajouter de la valeur aux produits. Elles ont besoin d'assistance pour renforcer leurs commerces et pour transformer des idées créatives et innovatrices en profit.

Une deuxième facette de cette stratégie est d'offrir aux femmes (ou groupes de femmes) des idées et des services pour démarrer de nouvelles entreprises. Ceci demande de:

- Renforcer les diverses formes d'associations et encourager les femmes à participer aux coopératives ou autres groupes (de femmes).
- Encourager la création d'entreprises au sein de nouvelles chaînes ou de chaînes existantes, identifier les marchés et formuler des idées d'entreprises rentables.
- Assurer l'accès des femmes aux services de développement d'entreprises (comme le crédit, l'information et l'aptitude à acheter des terres) ainsi qu'au soutien technique (compétences commerciales, alphabétisation, technologie, compétences en leadership, compétences financières, etc.).
- Favoriser la prise de décision conjointe.

Quand est-ce une bonne stratégie?

La stratégie est particulièrement adaptée:

- Quand les femmes prennent déjà des initiatives commerciales mais pourraient améliorer ces dernières ou les développer davantage.
- Quand il existe clairement une opportunité de marché que les femmes peuvent exploiter.
- Quand les opportunités commerciales sont adaptées aux autres exigences relatives au temps et à la situation des femmes. Par exemple lorsqu'elles n'ont pas besoin de beaucoup d'actifs ni de posséder de terres, que le commerce est situé à proximité de la maison et ainsi de suite.
- Quand il n'y a pas trop de résistance de la part des hommes et du reste de la communauté.

Conditions du succès

- Les femmes ont accès au crédit, autres services et biens nécessaires à leur entreprise.
- Les femmes sont les propriétaires de l'entreprise.
- Il est possible d'empêcher les hommes de récupérer des activités de la chaîne si l'initiative est fructueuse.

Remerciements

Senders et coll. (2012) 'Créer de l'espace pour les femmes'. Dans 'Faire changer les chaînes. L'équité entre les genres dans le développement des chaînes de valeur agricoles' KIT, Agri-ProFocus, et IIRR (eds), pages 131-172. Editions KIT, Amsterdam.



Stratégie 3: Organiser le changement

Afin de pouvoir passer de l'atténuation de la résistance au niveau de la production, à l'autonomisation des femmes en amont de la chaîne et au sein des ménages, les femmes et les hommes doivent organiser le changement. En raison de contraintes structurelles, les femmes disposent d'un accès limité à l'assistance technique et aux services de vulgarisation. Etant donné que les femmes effectuent la plupart des tâches, et c'est également vrai pour les cultures vivrières, ceci crée un manque de rentabilité au niveau de la productivité. Cela implique des interventions tout au long de la chaîne, ciblant l'élimination des contraintes structurelles ainsi que le développement de la capacité d'agir des individus (confiance en soi, estime de soi, capacités).

Exemples

1. Développement de capacités
2. Action collective
3. Sensibilisation des hommes
4. Accès à la finance

Exemple 1. Développement des capacités

Point d'entrée

Le développement des capacités chez les femmes est une étape essentielle vers un changement des chaînes de valeur entraînant davantage de bénéfices pour les femmes, tout en générant du profit.

Pourquoi?

Le développement des capacités augmente les compétences des femmes ainsi que leur assurance à assumer des activités de la chaîne et des rôles de dirigeantes au sein des chaînes de valeur et de leurs communautés. Le développement des capacités aide les femmes à accéder aux marchés et aux services tout en augmentant la performance de la chaîne. En outre, il peut contribuer à jeter les bases permettant aux femmes de prendre des décisions indépendamment au sein de la chaîne, du ménage et de la communauté.

Comment?

Différents types de développement de capacités sont nécessaires. Il est important d'équiper les femmes d'une variété de compétences et de combiner les stratégies de développement de capacités afin que ces femmes soient compétitives au sein de la chaîne de valeur et puissent procéder à leurs propres choix. Parmi d'autres exemples, on retrouve l'alphabétisation fonctionnelle, les connaissances en matière de commerce, la gestion des marchés et la gestion financière, la gestion du sol et des cultures, la gestion de l'entreposage et de la transformation, les formations en leadership et autres types de compétences dépendamment des besoins du groupe.

Quand est-ce une bonne stratégie?

Le développement des compétences est le choix qui s'impose lorsque les problèmes et les lacunes en matière de connaissances sont clairement identifiés. Il est important que les femmes aient déjà accès aux marchés ou que le développement de capacités les aide à accéder à des marchés plus rentables ou plus stables. Au développement de capacités, il faut ajouter un cadre d'appui ainsi qu'une infrastructure et un environnement favorables. Des interventions multiples peuvent s'avérer nécessaires.

Conditions du succès

- Des formations ciblant un groupe: les collectifs offrent aux femmes une plateforme leur permettant de s'entretenir avec leurs pairs, d'établir des priorités et de décider d'une ligne d'action.
- L'analyse des besoins en matière de capacités et de formations.
- L'établissement d'un lien entre les femmes et les prestataires de services.
- La mise en place de politiques favorables.
- L'implication des hommes et de la communauté.

Exemple 2. Action collective

Point d'entrée

Ensemble, les petits exploitants peuvent regrouper leurs productions, négocier de meilleurs services et prix, faciliter l'accès aux services et aux intrants, partager leurs expériences et développer un réseau de pairs.

Pourquoi?

Les raisons en faveur de l'action collective des producteurs incluent:

- L'accès au crédit: le groupe endosse la responsabilité du remboursement des emprunts.
- La commercialisation: le regroupement des produits visant à obtenir de meilleurs prix et à vendre à de plus gros acheteurs.
- L'accès aux services: les femmes peuvent bénéficier de formations et de services en tant que groupe.

Pour les prestataires de services et les divers acteurs en amont de la chaîne (acheteurs, transformateurs), il est plus rentable de faire des affaires avec des producteurs organisés.

Comment?

Les groupes d'entraide constituent un exemple de cette stratégie; ils peuvent être exclusivement constitués de femmes ou mixtes.

Quand est-ce une bonne stratégie?

L'action collective est applicable dans de nombreux cas, pour les femmes comme pour les hommes. Dans certains cas, c'est plus pertinent d'organiser les femmes en groupes exclusivement féminins, alors que d'autres situations pourraient requérir des groupes mixtes. L'action collective est pertinente quand le pouvoir est dispersé et les personnes effectuant le travail n'en sont pas les bénéficiaires. En s'organisant collectivement, les femmes peuvent tirer un plus grand bénéfice de la valeur ajoutée d'un produit.

Exemple 3. Sensibiliser les hommes

Point d'entrée

La sensibilisation des hommes cible les structures de la société en défiant les normes et les comportements au niveau des ménages, de la communauté et au niveau national. La sensibilisation des hommes (et des autres ménages ou membres de la communauté) est d'une importance cruciale afin de procurer aux femmes un environnement favorable et de permettre à celles-ci d'endosser d'autres rôles, des responsabilités et des postes de dirigeantes.

Pourquoi?

Les interventions visant à changer les relations sociales et à améliorer la position des femmes doivent aussi répondre aux préoccupations des hommes afin d'éviter de potentielles résistances et d'obtenir le soutien requis de la part des hommes et de la communauté.

Comment?

Dans la plupart des cas, la sensibilisation est la clé pour la création d'un environnement favorable au changement et pour l'atténuation des effets négatifs des interventions visant à autonomiser les femmes (tels des conflits au sein des ménages). Les moyens d'impliquer les hommes et d'accroître leur sensibilisation incluent:

- Utiliser une approche participative, incluant à la fois les hommes et les femmes, afin de développer une vision commune.
- Montrer le lien entre les succès des femmes et les retombées positives sur les ménages, les communautés et sur la performance de la chaîne.
- Identifier les points d'entrée clés afin de permettre aux organisations de combattre la résistance aux niveaux individuel, du ménage, de la communauté et des institutions.
- Sensibiliser les hommes occupant des postes de dirigeants (par ex. au sein d'organisations de producteurs).

Quand est-ce une bonne stratégie?

La stratégie est particulièrement adaptée quand la résistance de la part des hommes et des communautés est susceptible d'être forte, par exemple:

- Dans le cas d'une action de discrimination positive, favorisant les femmes au détriment des hommes.
- Lors de l'introduction de chaînes exclusivement féminines qui excluent la participation active des hommes.
- Lors d'interventions au sein de chaînes où les femmes dépendent des hommes pour accéder aux marchés.
- Lorsqu'il y a implication d'organisations dans lesquelles il existe un déséquilibre clair entre les genres et où par conséquent les besoins des femmes ne sont pas bien représentés.

Exemple 4. Financer des chaînes de valeur pour les femmes*Point d'entrée*

L'accès au financement peut profiter aux femmes, leur permettant de développer leurs entreprises, les autonomisant et leur donnant une voix dans la prise de décision.

Pourquoi?

Les femmes ont la réputation d'être solvables et efficaces en affaires quand elles sont soutenues. En dépit de cela, il est difficile pour les femmes d'accéder à des financements.

Comment?

Les détails peuvent varier mais, en général, en aidant les femmes à s'organiser en groupes. Ceci permet de déposer une demande d'emprunt auprès d'une institution financière. Le groupe prête alors de petits montants à ses membres individuels, récolte leurs paiements et rembourse l'emprunt. La pression sociale au sein du groupe assurera le remboursement par les membres. Il faut donner aux femmes les compétences financières, ainsi qu'en matière d'alphabétisation, dont elles ont besoin pour planifier un emprunt, en faire la demande et le gérer.

Quand est-ce une bonne stratégie?

La microfinance est ce qui convient le mieux et les plans d'épargne constituent les points de départ habituels. A mesure que les groupes et les entreprises prospèrent, ceux-ci peuvent déposer des demandes d'emprunts afin de procéder à de plus gros investissements. La microfinance peut accroître le pouvoir économique des femmes, mais cela requiert une volonté politique, un environnement politique favorable ainsi que de vifs défenseurs au sein de

l'institution financière. Il faut que la microfinance s'étende au-delà du crédit: les services autres que financiers incluent le développement des capacités, les services de développement d'entreprise, ainsi que diverses formes d'assurance.

Conditions du succès

- Un soutien évident de la part de la famille ainsi que de la société est nécessaire afin d'assurer que les femmes bénéficient des services financiers.
- Les institutions financières doivent être sensibilisées aux questions relatives à l'égalité entre les genres et au besoin d'offrir des produits financiers sur mesure pour les femmes (comme combiner le crédit et la formation).
- Un soutien continu requiert une infrastructure financière locale qui soit proche des clientes et capable de maintenir une relation avec celles-ci sur la durée.

Remerciements

Mudege et coll. (2012) 'Organiser le changement'. Dans 'Faire changer les chaînes. L'équité entre les genres dans le développement de chaînes de valeur agricoles' KIT, AGri-ProFocus, et IIRR (eds), pages 179-232. Editions KIT, Amsterdam.

Stratégie 4: Normes, certification et labels

En tant que stratégie abordant la question de l'égalité entre les genres, les normes, certifications et labels ciblent la chaîne dans son ensemble. Cette approche est unique car elle établit une relation avec le consommateur et parce qu'elle se préoccupe également du contexte de la chaîne: elle établit les normes concernant qui participe à la chaîne et comment. Il existe deux stratégies d'interventions pour l'équité des genres en utilisant les normes et la certification.

1. Labels et sceaux: vendre la participation des femmes

Cette stratégie est particulièrement utile:

- Là où les femmes sont marginalisées ou pas assez reconnues pour leurs contributions à la chaîne de valeur.
- Là où la différenciation des marchés peut constituer un argument pour la vente et la génération de profits.
- Là où un label «exclusivement produit par des femmes» ne restreindra pas les canaux et chaînes déjà en place.
- Là où une valeur ajoutée est nécessaire (par ex. là où les prix ne sont autrement pas intéressants).
- Là où une compagnie désire défendre l'équité entre les genres au niveau de la production.
- Là où le contexte religieux ou culturel ne compromet pas les femmes qui participent.
- Là où il existe un marché ainsi que des acheteurs faisant partie du processus.
- Là où il s'agit d'une question de justice sociale et d'autonomisation des femmes (pas seulement une question d'argent!).
- Là où des fonds sont disponibles pour le développement des capacités et le préfinancement.
- Là où la direction est solidaire.

2. Faire appel aux normes certifiées qui existent

Cette stratégie peut être utilisée quand un groupe de fermiers est déjà certifié à une norme sociale ou environnementale (commerce équitable, UTZ, bio et ainsi de suite) et dispose donc d'une documentation et d'un système de traçabilité en place. Ou, quand un groupe de producteurs désire se joindre à ces marchés.

1. Labels et sceaux: Vendre la participation des femmes

Point d'entrée

Les sceaux et labels portant la mention «exclusivement produit par des femmes» communiquent aux consommateurs et autres acteurs de la chaîne de valeur que le produit a été produit par des femmes et que l'équité entre les genres est respectée parmi les producteurs.

Pourquoi?

Les labels et sceaux augmentent la visibilité des productrices, auxquelles les primes issues du prix additionnel demandé pour le sceau fournissent un revenu. Le fait que la marchandise soit produite par des femmes augmente la valeur de celle-ci. Ces avantages économiques constituent une source de motivation, à la fois pour les producteurs de sexe masculin et de sexe féminin.

- Dans le but d'étendre les marchés et d'accroître les ventes.
- Dans le but d'apporter des revenus plus élevés directement aux productrices.
- Dans le but d'apporter de la stabilité au sein de la coopérative de café.
- Dans le but de soutenir les femmes au sein d'une coopérative mixte par la création de groupes de femmes.
- Dans le but d'améliorer la qualité du produit.

- Dans le but de générer, au sein de la famille, le soutien des hommes envers les ambitions commerciales des femmes.
- Dans le but de développer la fierté et la dignité des femmes en les encourageant à posséder leur propre produit, entreprise et revenu.

Comment?

Grâce à un label «produit par des femmes», l'implication des femmes dans la chaîne est rendue visible; elle est valorisée et encouragée. L'étiquette ou le sceau permet la communication entre les producteurs et les acheteurs (dans le cas de l'étiquette, jusqu'au consommateur final) concernant qui produit la marchandise. Les systèmes de traçabilité requis pour une norme ou un label offrent l'assurance, à travers l'ensemble de la chaîne, que la marchandise vendue a bien été produite par des femmes et de manière durable. Un label donne une identité discernable à un mouvement social et permet aux consommateurs ainsi qu'aux autres acteurs de la chaîne de valeur de faire partie de ce mouvement.

2. Utiliser les normes externes certifiées existantes

Point d'entrée

Utilisation d'ouvertures créées par des normes et certifications sociales, environnementales et bios pour faire face aux questions relatives à l'égalité entre les genres.

Pourquoi?

Tout d'abord, le fait de lutter pour l'égalité entre les genres améliore la performance de la chaîne et offre une meilleure rétribution financière pour la production. Le soutien à la participation des femmes accroît la conformité et la performance de la chaîne: une chaîne certifiée est plus performante lorsqu'on aborde les questions d'égalité entre les genres. Ensuite, les normes peuvent être un moyen de faire face aux questions ayant trait à l'égalité entre les genres. S'appuyer sur l'infrastructure de la norme et sur la certification à cette norme (la prime, le protocole d'audit, les groupes d'apprentissage, les systèmes de contrôle internes et les indicateurs) est un moyen efficace d'obtenir des informations et d'engendrer le progrès en matière d'égalité entre les genres: ces canaux existent déjà au sein des chaînes certifiées.

Comment?

- Cibler les femmes en matière de développement des capacités et les aider à être actives au sein d'associations de producteurs.
- Utiliser la prime générée par la certification pour couvrir les frais liés aux activités de sensibilisation à la question de l'égalité entre les genres.
- Utiliser les caractéristiques des normes et du processus de certification, comme le protocole d'audit et le système de contrôle interne, afin de servir les initiatives en matière d'égalité entre les genres.
- Développer des normes et indicateurs sexospécifiques séparés afin de les inclure parmi les normes existantes ou pour utilisation complémentaire (double certification).
- Demander que le système de contrôle interne spécifie le sexe du producteur.

Conditions du succès

- Enregistrer les femmes en tant que fermières au sein de la coopérative.
- Développer et utiliser des projets et des outils de gestion sexospécifiques tels que les enquêtes, les évaluations de l'impact et les lignes directrices des formations.
- Inclure la question de l'égalité entre les genres dès le départ.
- Tirer parti des opportunités, y compris des politiques gouvernementales favorables.

Remerciements

Pyburn et coll. (2012) 'Normes, certification et labels'. Dans 'Faire changer les chaînes. L'équité entre les genres dans le développement des chaînes de valeur agricoles' KIT, Agri-ProFocus, et IIRR (eds), pages 239-290. Editions KIT, Amsterdam.

Stratégie 5: Genre et RSE

Cette stratégie se concentre sur les compagnies situées plus en aval de la chaîne de valeur et qui intègrent la question de l'égalité entre les genres dans leur stratégie d'entreprise. Les compagnies ont le potentiel de combattre les inégalités entre les genres et d'améliorer la position des femmes au sein des chaînes de valeur agricoles dont elles font partie.

Quand est-ce une bonne stratégie?

La stratégie semble particulièrement utile quand:

- Il y a engagement de la part de la direction.
- La compagnie ou ses partenaires principaux se situent à proximité des acteurs de la chaîne d'approvisionnement.
- La compagnie prend en compte les priorités et les préoccupations des consommateurs.
- Il est possible de trouver les bons partenaires pour mettre en œuvre l'approche.

Point d'entrée

Les ressources humaines constituent la plus grande richesse d'une compagnie. Le fait d'investir dans des opportunités égales pour les femmes et les hommes contribue au fleurissement des affaires et à la société.

Pourquoi?

L'équité entre les genres peut contribuer à une opération commerciale innovatrice et transparente au sein d'une compagnie ainsi qu'au développement d'opportunités égales pour les hommes et pour les femmes (aussi parmi les postes élevés). Ceci, à son tour, mène à des profits et à une production plus élevés et plus rentables pour une compagnie (McKinsey 2010). Cela peut aussi servir de stratégie pour améliorer l'image de la compagnie.

Comment?

On peut identifier au moins deux manières d'intégrer l'équité entre les genres dans les habitudes commerciales d'une entreprise:

- A travers un partenariat entre acteurs privés et publics, recherchant les valeurs partagées et la complémentarité dans l'expertise.
- En intégrant la question de l'égalité entre les genres au cœur des principes commerciaux d'une compagnie, à différents niveaux, avec un rôle fort pour les cadres supérieurs.
- Apprentissage sur le tas.

Conditions du succès

- Des mécanismes clairs de suivi et contrôle sont en place afin de mesurer les résultats.
- Il y a sensibilisation aux questions liées à l'équité entre les genres ainsi que connaissance de la manière dont celle-ci contribue à la fois aux objectifs commerciaux et sociaux.

Remerciements

Verhart et coll. (2012) 'Des entreprises socialement responsables'. Dans 'Faire changer les chaînes. L'équité entre les genres dans le développement de chaînes de valeur agricoles' KIT, Agri-ProFocus, et IIRR (eds), pages 297-328. Editions KIT, Amsterdam.

1. Analyse de contexte

Outil 1.1a Accès et contrôle des ressources et bénéfiques

De Lindo basé sur March

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil procure des informations appropriées à l'analyse de l'accès et du contrôle des ressources et bénéfiques en fonction des genres, pour chacune des fonctions de la chaîne; il se base sur le cadre d'analyse de Harvard et fournit des informations utiles pour l'identification des opportunités économiques visant à renforcer la position des femmes dans la chaîne.

Le cadre de Harvard fut l'un des premiers cadres créés par des chercheurs de l'Institut de Harvard pour le Développement International afin d'aider les planificateurs à développer des projets distribuant équitablement les ressources.

Cet outil peut être utilisé avant et après la sélection de la chaîne de valeur à améliorer. Il est conseillé de procéder à cette analyse en combinaison avec une analyse des acteurs.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- L'analyse des lacunes en matière de genre existant au sein d'un groupe cible, en termes de rôles différenciés entre les genres, d'accès et contrôle des ressources ainsi que de prise de décision au niveau du ménage et de la communauté.
- Un meilleur aperçu des perceptions différentes qu'ont les hommes et les femmes d'une même ressource, ainsi que de sa valeur.
- L'identification des différents rôles entre hommes et femmes dans la division du travail.
- Des débats concernant les stratégies favorisant un accès égal aux ressources productives au sein des organisations de producteurs et des coopératives.

Qui applique l'outil et pour qui?

- Il peut être appliqué à des groupes mixtes (hommes et femmes), comprenant de préférence des couples (mariés) dans des programmes en zone rurale, des organisations de producteurs ou parmi des entrepreneurs.
- Il peut être appliqué dans des groupes exclusivement masculins ou féminins avec pour objectif la sensibilisation aux clivages entre les genres concernant des questions d'ordre économique.

Comment cela fonctionne-t-il?

- Des groupes de discussions sont animés autour de trois thèmes principaux; l'outil fournit des questions de réflexion.
- Les discussions commencent en petits groupes (par ex. hommes et femmes séparément) et continuent en séances plénières.
- Le rôle de l'animateur est de «suggérer» des réponses faciles (par ex. 'nous faisons/décidons ensemble').
- Des matrices sont utilisées pour présenter les résultats des discussions.

Etape 1 Questions de réflexion sur les rôles des hommes et des femmes

- Quelles sortes de produits les hommes et les femmes cultivent-ils, produisent-ils, commercialisent-ils?

- Quelles sont les activités journalières effectuées par les femmes et les hommes à chaque niveau ou fonction de la chaîne? Combien de temps y consacrent-ils?
- Quelles sortes d'activités sont menées par des garçons et par des filles?

Figure 6: Matrice des rôles et des tâches (source: Oxfam RU, 1996, et Patricia Lindo, 1997)

Matrice des rôles et des tâches (pas seulement les tâches productives mais aussi reproductives, comme aller chercher de l'eau, du bois à brûler etc.)					
Activités	Temps (en heures ou jours)	Hommes	Femmes*	Garçons	filles
...	..	X		X	
...			X		
					X

*Si cela s'applique, il est possible d'ajouter une catégorie «femmes/hommes en groupes»

Etape 2 Questions de réflexion pour le débat sur l'accès et le contrôle des ressources

- Les femmes possèdent-elles des terres, une maison ou d'autres ressources (par ex. des marchandises)? Ces ressources sont-elles enregistrées à leurs noms/peuvent-elles les vendre?
- Les femmes sont-elles en mesure de décider quelles cultures exploiter?
- Qui est propriétaire du bétail, des porcs?
- Quels outils de travail possèdent les hommes et les femmes pour la culture, la récolte, la transformation, le transport et les activités artisanales?
- Quels sont les compétences et l'accès à la technologie dont jouissent les hommes et les femmes?
- Les hommes et les femmes ont-ils accès au crédit? Existe-t-il des différences au niveau des montants ou des conditions du crédit?
- Quelles ressources sont disponibles et contrôlées par les femmes?

Figure 7: Matrice de l'accès et du contrôle des ressources (source: Oxfam RU, 1996, et Patricia Lindo, 1997)

Matrice: Accès et contrôle des ressources					
Ressources, par ex.	Qui possède les ressources?	Comment sont-elles utilisées?	Qui décide de leur utilisation?	Comment est utilisé le revenu?	Qui décide de l'utilisation du revenu?
Terres					
Maison					
Outils					

Etape 3 Questions de réflexion sur la prise de décision

- Comment est utilisé l'argent généré par les ventes de produits?
- Comment est-il investi? Au nom de qui sont enregistrés les avoirs nouvellement acquis?
- Quel type de contrôle ont les femmes sur le revenu et les ressources qu'elles génèrent?
- Comment les femmes participent-elles à la prise de décision et la négocient-elles au sein du ménage?
- Comment le revenu est-il redistribué au sein de la famille?

Figure 8: Matrice de la prise de décision (source: Oxfam RU, 1996, et Patricia Lindo, 1997)

Matrice: Prise de décision		
Activité sur laquelle porte la décision	Comment participent les hommes?	Comment participent les femmes?

Remerciements

March, Candida, 1996, 'Concepts and frameworks for analysis and planning in terms of gender'. Oxfam UK, Gender and Learning Team. Gender and Development Training Center. Adapted by Patricia Lindo, 2007.

Outil 1.1b Réduction des disparités hommes/femmes dans le domaine des actifs; le cadre conceptuel du GAAP

De l'IFPRI (Institut International de Recherche sur les Politiques Alimentaires)

Pourquoi utiliser cet outil?

Etre en mesure d'accéder à des actifs tels que les terres, le travail, la finance, le capital social et politique, ainsi que de contrôler et posséder ceux-ci, permet aux individus de se construire une existence stable et productive. Cependant, on sait relativement peu sur la façon dont les programmes de développement agricoles peuvent parvenir efficacement à ces résultats menant au bien-être, à l'autonomisation et à des revenus plus élevés, tout en reconnaissant les différences d'accès et de contrôle des actifs entre hommes et femmes. Le Programme Agricole des Actifs et du Genre (GAAP) fournit un cadre conceptuel pour l'analyse des disparités hommes/femmes au niveau des actifs.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

Les disparités entre les actifs des hommes et des femmes fournissent sans aucun doute une base bien plus solide pour essayer de comprendre les inégalités économiques entre les genres et l'autonomisation, que le simple fait de se focaliser sur les revenus et les salaires. Outre le fait de constituer une indication des opportunités (c'est à dire via l'aptitude à générer un revenu ou des ressources supplémentaires) ou du succès (richesse nette), la possession d'actifs est extrêmement importante pour le pouvoir de négociation des femmes et par conséquent pour leur autonomisation économique.

L'objectif d'un développement tenant compte des sexes n'est pas d'assurer que les hommes et les femmes jouissent d'un contrôle égal sur tous les actifs mais que tous deux contrôlent les actifs importants pouvant être utilisés pour améliorer leurs conditions d'existence, leur bien-être et leur pouvoir de négociation au sein de leurs ménages et communautés. Pour parvenir à réduire les disparités entre hommes et femmes, il est important de bien saisir ce que signifie d'avoir le contrôle d'un actif, ainsi que la façon dont les hommes et les femmes accumulent ces actifs.

Qui applique cet outil et pour qui?

Les professionnels du développement de chaînes de valeur utilisent ce cadre pour la collecte de données au cours du processus de développement d'une stratégie de projet. Les données peuvent être recueillies sous différentes formes et selon des méthodes variées, par ex. des études documentaires, du travail sur le terrain et des focus groupes.

Comment cela fonctionne-t-il?

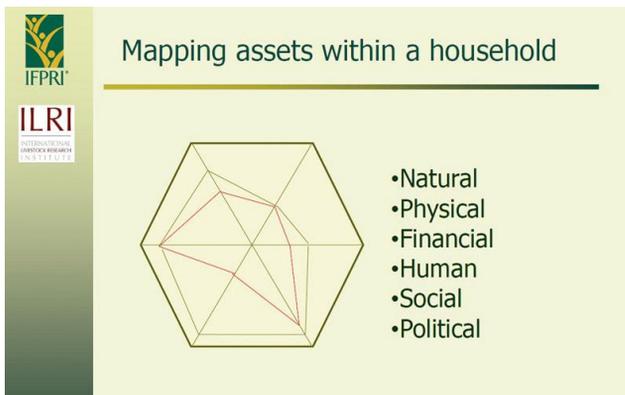
Cet outil propose aux concepteurs de projets un cadre conceptuel pour la collecte d'informations sur les différences sexospécifiques au niveau de la propriété des actifs au stade de l'élaboration d'une stratégie de projet.

Les ménages et les individus détiennent différents types d'actifs et investissent dans ceux-ci, incluant des actifs tangibles tels que des terres, du bétail et des machines, ainsi que des actifs intangibles comme l'éducation et les relations sociales. Ces différentes formes d'avoir ont été catégorisées comme suit:

- Le capital de ressources naturelles: terres, eau, arbres, ressources génétiques, fertilité du sol.

- Le capital physique: équipement agricole et commercial, maisons, biens de consommation durables, véhicules et transport, approvisionnement en eau et infrastructures sanitaires, ainsi qu'infrastructures de communication.
- Le capital humain: l'éducation, les compétences, les connaissances, la santé, la nutrition; celles-ci sont étroitement liées au travail de chaque individu.
- Le capital financier: l'épargne, le crédit et les flux entrants (transferts publics et envois de fonds).
- Le capital social: adhésion à des organisations et groupes, réseaux sociaux et professionnels.
- Le capital politique: citoyenneté, émancipation, et participation effective à la gouvernance.

Figure 9: Illustration des disparités d'actifs hypothétiques entre les genres (source: Institut International de Recherche sur les Politiques Alimentaires, 2011)

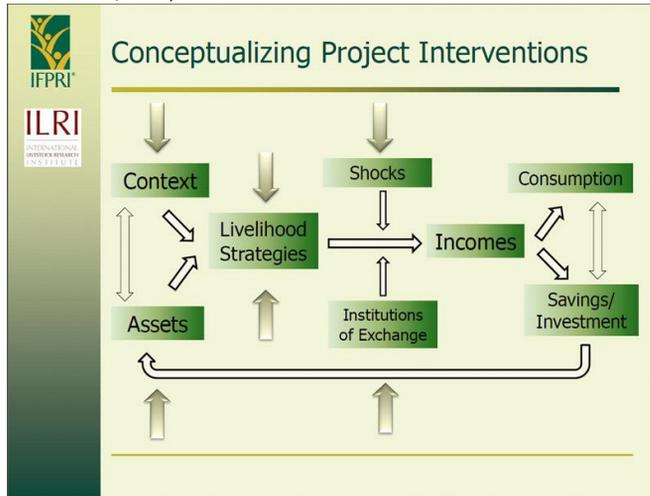


Exemple

La Figure 9 propose une illustration conceptuelle des «disparités entre les genres» au niveau de la distribution des actifs. Le graphique illustre l'étendue du contrôle des hommes et des femmes sur les actifs dans chacun de ces types de «capitaux» (ignorer, pour le moment, le fait que chacun de ces types d'actifs sont eux-mêmes multidimensionnels et par conséquent réduire toute dimension à un simple index s'avérerait extrêmement problématique). Une troisième ligne pourrait être utilisée pour représenter les actifs communs.

La représentation graphique suggère et les données empiriques appuient le fait que les hommes et les femmes possèdent différents types d'actifs. Par exemple, dans les zones rurales des Philippines, les femmes tendent à jouir de niveaux d'éducation moyens plus élevés, alors qu'en général, les hommes possèdent de plus larges superficies de terres (Quisumbing, Estudillo, et Otsuka 2004). Selon Antonopoulos et Floro (2005), les femmes thaïlandaises étaient plus susceptibles de posséder des bijoux alors que les hommes tendaient davantage à être les propriétaires de véhicules de transport. En examinant les tendances dans le domaine de la propriété du bétail des hommes et des femmes, Kristjanson et coll. (2010) ont découvert que les femmes étaient plus enclines à posséder des petits animaux d'élevage comme de la volaille et des ovins alors que les hommes possédaient plutôt de gros animaux tels des vaches et des buffles.

Figure 10: Conceptualisation des interventions de projets (source: Institut International de Recherche sur les Politiques Alimentaires, 2011)



Contrairement aux cadres précédents, ce modèle dépeint la dimension sexospécifique de chaque composante du cheminement vers la reconnaissance des preuves selon lesquelles les hommes et les femmes non seulement contrôlent, possèdent et disposent des actifs différemment, mais aussi accèdent à, contrôlent et possèdent différents types d'actifs. Le cadre génère des hypothèses sexospécifiques pouvant être vérifiées empiriquement:

Différents types d'actifs permettent différents moyens de subsistance, un stock et une diversité plus larges d'actifs étant associés à des moyens de subsistance plus diversifiés et à de meilleurs résultats au niveau du bien-être.

Les hommes et les femmes utilisent différents types d'actifs afin de faire face à différents types d'obstacles;

Les interventions accroissant le stock d'un actif particulier pour les hommes et les femmes améliorent le pouvoir de négociation des individus qui contrôlent cet actif.

Les interventions et politiques réduisant les disparités entre les genres au niveau des actifs sont plus à même d'accomplir des résultats en matière de développement dans le domaine de la sécurité alimentaire, de la santé, de la nutrition et autres aspects du bien-être liés à la capacité d'agir et à l'autonomisation.

Les implications de ces différences entre les genres pour la création d'interventions de développement dans le domaine agricole destinées à accroître la croissance des actifs et les retours provenant de ceux-ci, ainsi qu'au développement de chaînes de valeur, font l'objet de discussions. Sur la base de cette analyse, des lacunes supplémentaires dans les connaissances ainsi que de possibles études visant à combler celles-ci peuvent être identifiées.

Remerciements

Institut International de Recherche sur les Politiques Alimentaires (IFPRI) (2011) Cadre conceptuel développé pour le GAAP (Genre, Agriculture, et Projets sur les Actifs (GAAP), soutenu par la Fondation Bill et Melinda Gates par CGIAR System Wide Program sur l'Action Collective et les Droits à la Propriété (CAPRI), Novembre 2011.). Une présentation PowerPoint informative est disponible sur Slideshare.

Meinzen-Dick, R., Johnson, A. Quisumbing, J. Njuki, J. Behrman, D. Rubin, A. Peterman, et E. Waitanji (2011) 'Genre, atouts et programmes de développement agricole: un cadre conceptuel'. CAPRI Document de travail No. 99. International Food Policy Research Institute (IFPRI): Washington, DC.

Outil 1.1c Une typologie des ménages fermiers; différenciation du potentiel d'autonomisation des femmes

De Vanderschaeghe and Lindo

Pourquoi utiliser cet outil?

La participation des femmes dans une chaîne de valeur particulière, et surtout dans un contexte rural, n'est pas homogène. En termes de travail, de contrôle des ressources et des bénéfices, elle dépend des ressources du ménage et des caractéristiques de celui-ci en ce qui concerne la propriété des ressources, etc. Pour cette raison, l'aptitude des femmes à participer à un projet d'amélioration d'une chaîne de valeur ainsi qu'à bénéficier de celui-ci, n'est pas non plus homogène. Il est donc important de reconnaître ces différences.

Une typologie des familles de fermiers aidera à identifier la participation différenciée des femmes dans les systèmes productifs. Par exemple, les familles possédant de nombreuses ressources travaillent principalement en embauchant de la main-d'œuvre pour la production; ceci accroît la charge de travail des femmes responsables de nourrir les travailleurs ainsi que le travail reproductif dans son ensemble. Les femmes participeront davantage au travail productif au sein de familles disposant de moins de ressources économiques. La mesure dans laquelle elles le font dépend de l'étendue de la main-d'œuvre familiale et par conséquent du stade du cycle de vie de la famille.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Permettre la visualisation des différences et rationalités se manifestant dans un contexte rural, avec un intérêt particulier pour les différents types de participation des femmes au sein des systèmes productifs en termes de travail, de contrôle des ressources et de bénéfices.
- Etablir la différence entre les familles dans lesquelles les femmes ne participent qu'en tant que main-d'œuvre et celles dans lesquelles elles contrôlent les ressources et les bénéfices de la production.
- Analyser la capacité des producteurs masculins et féminins à contribuer à l'amélioration de la chaîne et à en bénéficier ainsi qu'un aperçu de leurs compétences techniques, entrepreneuriales et commerciales, de l'accès du moment au marché des producteurs et des capacités de coopération horizontale et verticale.
- Analyser l'impact potentiel positif et négatif sur les femmes de l'intervention sur la chaîne de valeur, en relation avec la typologie du ménage fermier.

Qui applique l'outil et pour qui?

Le personnel de projet, en collaboration avec des fermiers et fermières.

Comment cela fonctionne-t-il?

Une analyse des acteurs est effectuée. Afin de procéder à celle-ci, une typologie des acteurs des chaînes de valeur agricoles est réalisée. Les résultats sont présentés sous forme de matrice.

La question principale est: existe-t-il des différences entre les familles rurales dans la façon dont les femmes participent au système de production dans la chaîne de valeur concernée?

- Y a-t-il des différences dans la façon dont les femmes participent au travail (productif et reproductif)?
- Y a-t-il des différences dans la façon dont les femmes accèdent aux ressources et contrôlent celles-ci?

- Y a-t-il des différences dans la façon dont les femmes bénéficient de leur participation dans la chaîne de valeur?

Voici quelques critères adaptés à la différenciation des familles rurales:

- Les ressources de la famille de fermiers (pauvres, petits, moyens exploitants, etc.).
- La technologie utilisée dans les systèmes de production: par ex. l'utilisation d'animaux de trait peut réduire la charge de travail des hommes et augmenter la superficie des zones cultivées. Par conséquent, cela pourrait accroître la charge de travail des femmes. Il en résulte une participation plus intense des femmes au sein de systèmes de production utilisant la traction animale.
- Les caractéristiques des ménages: par ex. la femme est-elle le chef de famille?
- Le cycle de vie du ménage (par ex. les petits enfants limitent la participation des femmes dans la production ainsi que le nombre de travailleurs d'un ménage).
- La propriété des ressources productives.

L'encadré proposé dans l'annexe 1 peut être utilisé afin de visualiser la typologie; en regroupant les noms de chaque type de ménage identifié sur l'axe vertical et en révélant les caractéristiques les plus pertinentes de l'implication des femmes sur l'axe horizontal.

Voir Annexe 1 pour un exemple d'analyse des acteurs.

Remerciements

Vanderschaeghe, M. et P. Lindo (2003) 'Participation de femmes dans des chaînes de valeur orientées vers l'exportation, étude de cas basée sur la chaîne de valeur de Málaga (Quequisque) à Nueva Guinea, Nicaragua', UNIFEM/SNV.



Annexe 1 Outil 1.1c Exemple d'une analyse des acteurs

Dans ce cas, la typologie a été développée afin d'identifier les différences entre hommes et femmes au sein de ménages ruraux concernant le chef de famille, les ressources des ménages fermiers (pauvres, petits, moyens) et la propriété par les femmes des cultures de Málaga (sous-typologie de types de ménages précédents). Le Málaga (xanthosoma) est une culture de grande valeur (une plante tubéreuse/légume) produite pour les marchés de l'exportation. La rentabilité de cette culture a encouragé certaines femmes à développer leurs propres exploitations de ce légume, sur leurs propres terres, et à en gérer le revenu à côté de la «culture familiale» contrôlée par leurs maris.

Figure 11: Analyse des acteurs de la chaîne de valeur de Málaga (Quequisque) à Nueva Guinea, Nicaragua (source: Vanderschaeghe, Mieke et Lindo, Patricia, 2003)

Typologie	Caractéristiques socio-économiques du ménage	Comment les femmes sont-elles impliquées?	Accès et contrôle des ressources par les femmes	Impact sur la vie des hommes et des femmes
Ménages monoparentaux dirigés par des femmes	Ressources ménagères et productives limitées. Niveau d'éducation limité.	Les femmes exploitent des cultures ou embauchent de la main-d'œuvre.	Accès réduit au crédit formel; Accès au crédit via des commerçants (intermédiaires).	Contrôle de la femme sur le revenu issu de la culture. Certaines améliorations dans les conditions de vie.
Ménages fermiers pauvres	Ressources ménagères et productives limitées. Niveau d'éducation limité.	Les femmes participent à l'exploitation des cultures dans le cas d'une main-d'œuvre adulte limitée.	Accès réduit au crédit formel. Les hommes ont accès au crédit via des commerçants (intermédiaires).	Amélioration économique pour la famille. Pas de contrôle des femmes sur le revenu issu des cultures.
Petits ménages fermiers	Accumulation de terres et de bétail; Familles avec enfants en âge de travailler; investissement dans des améliorations au niveau de l'habitation et de l'éducation des enfants.	Les femmes sont uniquement impliquées dans le travail reproductif.	Les femmes ont peu d'accès au crédit; pas de participation aux décisions concernant la culture. Les femmes gèrent le revenu de la famille mais ne le contrôlent pas.	Amélioration économique pour la famille. Pas de contrôle des femmes sur le revenu issu des cultures.
Ménages fermiers moyens	Accumulation de terres et de bétail (plus de 50 têtes); investissement dans des améliorations au niveau de l'habitation et de l'éducation des enfants.	Recrutement de main-d'œuvre travaillant sur l'exploitation. Les hommes effectuent principalement des tâches de surveillance. Les femmes sont en charge de la préparation des repas des travailleurs.	Peu de contrôle ou de prise de décision par les femmes.	Améliorations économiques évidentes au niveau de la qualité de la vie; les femmes ne prennent pas de décisions concernant la production; les femmes sont confinées dans un rôle reproductif.

Ménages fermiers au sein desquels les femmes possèdent leurs propres cultures de Málaga	Accumulation de terres et de bétail.	Les femmes exploitent leurs propres cultures ou embauchent de la main-d'œuvre.	Les femmes investissent leurs ressources, prennent des décisions relatives aux cultures et sont autonomes en ce qui concerne la gestion du revenu.	Amélioration des conditions de vie; amélioration du revenu des femmes. Prise de décision et collaboration entre mari et femme au sein du ménage.
--	--------------------------------------	--	--	--

2. Sélection d'une chaîne de valeur

Outil 2.1 Sélection d'une chaîne de valeur prenant en compte la dimension de genre

De Vanderschaeghe, Lindo et Senders basé sur Oxfam GB et GIZ Value Links

Pourquoi utiliser cet outil?

Sélectionner une chaîne de valeur ou un sous-secteur en fonction d'observations superficielles risque de mener au choix d'un secteur à faible potentiel d'amélioration ou d'atteinte des objectifs d'égalité entre les genres. C'est la raison pour laquelle il est important de baser la sélection d'une chaîne de valeur sur les objectifs de l'intervention de développement. Nous encourageons la sélection de chaînes de valeur offrant un potentiel de contribution à l'autonomisation grandissante des femmes, ainsi qu'à l'égalité croissante entre les genres; la chaîne doit «fonctionner pour les femmes».

Un processus participatif s'impose afin d'assurer que le choix soit effectué sur la base d'un équilibre entre les besoins et intérêts d'une variété d'intervenants; un processus participatif permet d'obtenir différents points de vue et des perspectives diverses. L'objectif est d'atteindre un consensus au niveau des stratégies ainsi que la transparence dans le domaine de la prise de décision et de la responsabilité.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Avoir la possibilité de comparer un certain nombre de chaînes de valeur sur la base du potentiel de croissance et du critère de progrès en matière d'égalité entre les genres.
- Atteindre un consensus concernant la sélection des chaînes de valeur à améliorer.

Qui applique l'outil et pour qui?

Les professionnels du développement:

- Afin de faciliter les processus participatifs avec les fermiers, les hommes et les femmes.
- Comme base pour le développement d'une stratégie de projet.
- En tant qu'outil de contrôle permettant de constater les changements se produisant dans la chaîne de valeur à la suite d'une intervention.

Comment cela fonctionne-t-il?

Voici les étapes à suivre pour la sélection d'une chaîne de valeur:

Etape 1: collecte d'information au sujet de chaînes de valeur potentielles

Etape 2: atelier de travail participatif pour la sélection d'une chaîne de valeur tenant compte de l'égalité entre les genres

Etape 3: élaboration d'un rapport au sujet de la sélection finale

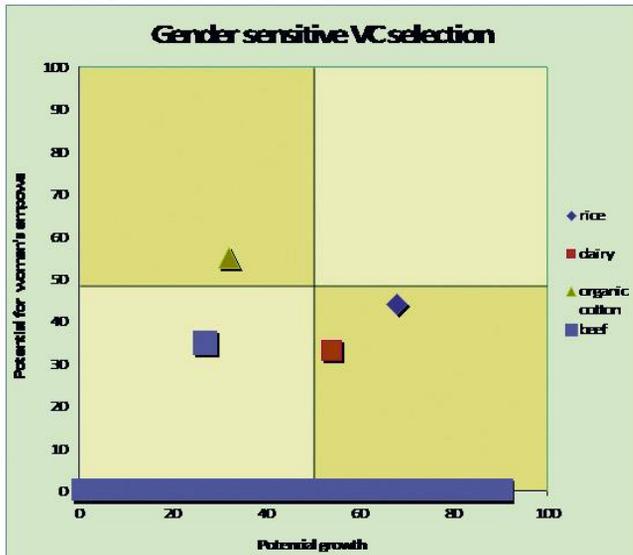
Cet outil se focalise principalement sur l'étape 2.

Approche

Cet outil permet de produire une matrice réunissant plusieurs chaînes de valeur et plaçant celles-ci sur un axe horizontal (x), représentant le potentiel de croissance, et un axe vertical (y), représentant le potentiel d'égalité entre les genres. La figure 13 ci-dessous vous en donne un exemple. La position de chaque chaîne de valeur dans la matrice dépend d'une série de critères; ceux-ci sont repris dans une fiche Excel (Annexe 1).

Le score de chaque indicateur peut être établi en petits groupes ou individuellement. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse: l'objectif des séries de critères est de servir d'outil de discussion afin de pousser les participants à réfléchir, à la fois au potentiel commercial et au potentiel en matière d'égalité entre les genres d'une intervention de développement d'une chaîne de valeur. La pondération de chaque critère peut être effectuée d'un commun accord et peut également faire l'objet de discussions. Avant de prendre une décision concernant la chaîne de valeur sur laquelle se concentrer, des critères pragmatiques doivent également être pris en considération. L'outil peut aussi être utilisé en tant qu'instrument de suivi; en établissant le score du critère au début et à la fin d'une intervention.

Figure 12: Sélection d'une chaîne de valeur prenant en compte la dimension de genre (source: Vanderschaeghe et coll., 2011)



Etape 1 Collecte d'informations concernant les chaînes de valeur potentielles

Garantir la collecte des informations fondamentales ainsi que la mise à disposition de celles-ci pour les trois séries de critères utilisées:

- Marché/potentiel de croissance
- Potentiel de contribution à l'autonomisation grandissante des femmes et égalité entre les genres
- Arguments pragmatiques

La collecte de données peut se baser sur des sources secondaires (par ex. des rapports de recherche), en combinaison avec des interviews et discussions impliquant divers intervenants comprenant des gouvernements, ONG, bailleurs de fonds et secteur privé, OBC, productrices et producteurs, dans le but d'obtenir des données dans le domaine de la demande du marché, de l'agronomie et de l'environnement et afin d'identifier les acteurs essentiels en relation avec des produits agricoles divers au sein d'une zone géographique spécifique. Les caractéristiques de la structure du marché concernant ces produits ainsi que le potentiel de participation des petits exploitants et des femmes nécessitent une attention toute particulière.

Étape 2 Atelier de travail participatif pour la sélection d'une chaîne de valeur tenant compte de l'égalité entre les genres

Au départ de l'atelier de travail, il est important de développer les critères qui seront utilisés pour la sélection de la chaîne de valeur. L'information récoltée au cours de la première étape au sujet de la demande du marché ainsi que du potentiel d'autonomisation des femmes et de l'égalité entre les genres doit être présentée en tant que point de départ. Après avoir rempli les fiches Excel, il est nécessaire de discuter des matrices. Afin de pouvoir choisir une chaîne de valeur, les critères pragmatiques (voir section C ci-dessous) doivent également être abordés.

Critères de sélection

Les critères suivants doivent être évalués en séances plénières ou en groupes, en utilisant une échelle de 0 (non, pas du tout) à 5 (oui, très important) ainsi que les résultats indiqués sur la fiche Excel. Téléchargez les fiches Excel (exemple et fiche vierge) sur <http://genderinvaluechains.ning.com/page/downloads>.

A. Critères pour le potentiel de croissance

- Tendence à la croissance positive de la chaîne de valeur, demande du marché non satisfaite.
- Disponibilité de points de vente, intérêt élevé des acheteurs pour le produit.
- Potentiel de développement de la production et/ou potentiel d'accroissement de la valeur par la transformation ou l'amélioration du produit (nouveaux produits pour lesquels il existe un marché).
- Faibles coûts de la chaîne de valeur en comparaison avec la concurrence.
- Autre avantage compétitif de la chaîne de valeur par rapport à la concurrence (produit unique/spécialité locale).
- Potentiel de collaboration et de coordination entre les divers acteurs visant l'amélioration de la chaîne de valeur.
- Niveau technologique et de gestion suffisant des entreprises du secteur pour l'amélioration et l'innovation.
- Accès aux infrastructures, à de la main-d'œuvre qualifiée, aux matières premières et intrants.
- Accès suffisant aux services financiers.
- Accès suffisant aux services de développement d'entreprise pour l'amélioration de la qualité du processus de production.

B. Potentiel de contribution à l'accroissement de l'autonomisation des femmes et de l'égalité entre les genres

- Taux élevé de femmes employées dans la chaîne de valeur en comparaison avec l'économie au sens large.
- Taux élevé d'entrepreneurs de sexe féminin dans la chaîne de valeur.
- Les femmes contrôlent l'équipement/les biens.
- Les femmes possèdent ou peuvent acquérir les compétences nécessaires pour répondre à des opportunités rentables d'ajout de valeur par la transformation des produits et la diversification.
- Les femmes contrôlent le revenu issu des ventes ainsi que l'entreprise.
- La proximité du foyer, au sein de la communauté (géographiquement).
- Faibles barrières d'entrée pour les petits et pauvres entrepreneurs (production à petite échelle, faibles coûts de démarrage, investissements majeurs de capital non requis, utilisation de compétences à faible niveau technologique).
- Faibles barrières d'entrée pour les entrepreneuses (temps et mobilité, accès à la technologie et aux biens, contraintes culturelles).

- Ouverture de nouvelles opportunités pour les femmes.
- Ces nouvelles activités correspondent aux conditions d'existence (revenu ininterrompu, utilisation de la main-d'œuvre familiale, retours rapides, contribution à la sécurité alimentaire, conservation de l'environnement, pas de réduction de la disponibilité d'eau salubre).

Figure 13: Matrice de la sélection de chaînes de valeur sensibles à l'égalité entre les genres (source: Vanderschaeghe et coll., 2011)

Matrice de la sélection de chaînes de valeur sensibles à l'égalité entre les genres													
Sous-secteur ou chaîne de valeur													
*		résultat	poids	total									
	<i>Critère de potentiel de croissance</i>												
1	Tendance à la croissance positive de la chaîne de valeur, demande du marché non satisfaite												
2	Disponibilité de points de vente, intérêt élevé des acheteurs pour le produit												
3	Potentiel de développement de la production et/ou potentiel d'accroissement de la valeur par la transformation ou l'amélioration du produit (nouveaux produits pour lesquels il existe un marché)												
4	Faibles coûts de la chaîne de valeur en comparaison avec la concurrence												
5	Autre avantage compétitif de la chaîne de valeur par rapport à la concurrence (produit unique/spécialité locale)												
6	Potentiel de collaboration et de coordination entre les divers acteurs visant à l'amélioration de la chaîne de valeur												

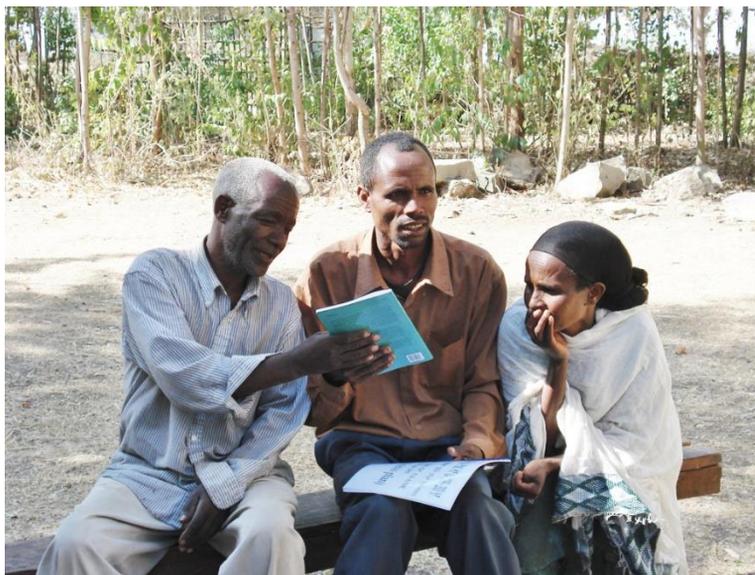
7	Niveau technologique et de gestion suffisant des entreprises du secteur pour l'amélioration et l'innovation												
8	Accès aux infrastructures, à de la main-d'œuvre qualifiée, aux matières premières et intrants												
9	Accès suffisant aux services financiers												
10	Accès suffisant aux services de développement d'entreprise pour l'amélioration de la qualité du processus de production												
	Total du potentiel de croissance												

*résultats: 5 = élevé, 1 = bas, poids: 1-4

	Sous-secteur ou chaîne de valeur	Bœuf			Produits laitiers			Coton biologique			Riz		
		résultat	poids	total	résultat	poids	total	résultat	poids	total	résultat	poids	total
	*												
	<i>Potentiel des critères d'autonomisation des femmes et d'égalité entre les genres</i>												
1	Taux élevé de femmes employées dans la chaîne de valeur en comparaison avec l'économie au sens large												
2	Taux élevé d'entrepreneurs de sexe féminin dans la chaîne de valeur												
3	Les femmes contrôlent l'équipement/les biens												
4	Les femmes possèdent ou peuvent acquérir les compétences nécessaires pour répondre à des opportunités rentables d'ajout de valeur par la transformation des produits et la diversification												

5	Les femmes contrôlent le revenu issu des ventes ainsi que l'entreprise										
6	Proximité de la communauté où se trouve le foyer (géographique)										
7	Faibles barrières d'entrée pour les petits et pauvres entrepreneurs (production à petite échelle, faibles coûts de démarrage, investissements majeurs de capital non requis, utilisation de compétences à faible niveau technologique)										
8	Faibles barrières d'entrée pour les entrepreneuses (temps et mobilité, accès à la technologie et aux biens, contraintes culturelles)										
9	Ouverture de nouvelles opportunités pour les femmes										
10	Ces nouvelles activités correspondent aux conditions d'existence (revenu ininterrompu, utilisation de la main-d'œuvre familiale, retours rapides, contribution à la sécurité alimentaire, conservation de l'environnement, pas de réduction de la disponibilité d'eau salubre)										
	Total du potentiel d'autonomisation des femmes et d'égalité entre les genres										

*résultats: 5 = élevé, 1 = bas, poids: 1-4



C. Critères pragmatiques

Portée:

- Taille de la chaîne de valeur par rapport aux ressources du projet.
- Nombre significatif de femmes employées et nouvelles opportunités d'emploi.
- Nombre significatif de petits exploitants, d'entreprises et de compagnies impliquées.
- Importante zone couverte.

Perspectives de succès:

- Initiatives propres et engagement de la part des acteurs de la chaîne, volonté de changement de la part de ceux-ci.
- Existence d'un certain niveau d'organisation parmi les acteurs de la chaîne.
- Ressources suffisantes (temps, fonds et savoir-faire) de l'organisme sélectionnant la chaîne afin d'investir dans le développement de celle-ci.
- Existence d'autres organisations avec lesquelles collaborer, demande d'investisseurs.
- Existence d'institutions et de prestataires de services (financiers, entrepreneuriaux, technologiques, sexospécifiques) pour soutenir les acteurs de la chaîne de valeur.
- Conditions politiques favorables et environnement propice pour les entreprises.

Aspects liés au programme:

- Pertinence vis-à-vis des priorités de la politique économique du gouvernement («secteurs de poussée»).
- Concordance avec les objectifs du projet, le mandat et les ressources de l'organisation.
- Pertinence vis-à-vis de la zone de compétence du programme.
- Synergies et possibilités de coopération avec d'autres programmes de soutien.

Requête

- Plusieurs ordinateurs portables avec la fiche Excel de cet outil.

Etape 3 Rédaction d'un rapport dont la section finale comprend des commentaires de divers intervenants

Recommandations

Les programmes pourraient envisager d'utiliser une des stratégies reprises ci-dessous ou une combinaison d'entre elles:

- Dilemme potentiel lié au processus de sélection d'une chaîne de valeur à améliorer; faut-il opter pour «un produit féminin» de faible valeur ou faut-il en sélectionner un dont les barrières à l'entrée des femmes sont élevées mais dont la valeur ajoutée est plus importante? Il est aussi possible d'opter pour l'amélioration de la position des femmes dans des chaînes de valeur dominées par des hommes.
- Un produit traditionnellement «féminin»: faibles accroissements au niveau du revenu, marges faibles mais opportunités de renforcement de l'organisation, de développement de compétences, de négociations avec le secteur privé et accès aux services du marché.
- Une organisation mixte dans (par exemple) un marché d'exportation en gros de produits de base: revenu plus élevé mais opportunités confinées à quelques femmes «exceptionnelles» et/ou les femmes font face à des contraintes concernant la prise de nouveaux rôles.
- Amélioration des conditions de travail des travailleuses ou de la main-d'œuvre familiale non rémunérée et/ou reconnaissance de l'importance de leur travail.

Remerciements

Vanderschaeghe, M., P. Lindo et A. Senders (2011), basé sur la documentation du programme Grow, Sell, Thrive d'Oxfam GB et de la documentation issue de Value links GIZ.

Annexe 1, Outil 2.1

Exemple d'une matrice de sélection d'une chaîne de valeur sensible à l'égalité entre les genres

Matrice de Sélection d'une Chaîne de Valeur sensible à l'égalité entre les genres													
Sous-secteur ou chaîne de valeur		Bœuf			Produits laitiers			Coton biologique			Riz		
*		résultat	poids	total	résultat	poids	total	résultat	poids	total	résultat	poids	total
	<i>Critère de potentiel de croissance</i>												
1	Tendance à la croissance positive de la chaîne de valeur, demande du marché non satisfaite	1	3	3	5	1	5	1	3	3	5	3	15
2	Disponibilité de points de vente, intérêt élevé des acheteurs pour le produit	1	2	2	5	1	5	1	2	2	5	2	10
3	Potentiel de développement de la production et/ou potentiel d'accroissement de la valeur par la transformation ou l'amélioration du produit (nouveaux produits pour lesquels il existe un marché)	1	1	1	5	1	5	2	1	2	5	1	5
4	Faibles coûts de la chaîne de valeur en comparaison avec la concurrence	1	1	1	3	1	3	2	1	2	5	1	5
5	Autre avantage compétitif de la chaîne de valeur par rapport à la concurrence (produit unique/spécialité locale)	1	3	3	3	2	6	1	3	3	1	3	3
6	Potentiel de collaboration et de coordination entre les divers acteurs visant à l'amélioration de la chaîne de valeur	1	2	2	3	2	6	2	2	4	5	2	10
7	Niveau technologique et de gestion suffisant des entreprises du secteur pour l'amélioration et l'innovation	1	3	3	3	2	6	2	3	6	1	3	3

8	Accès aux infrastructures, à de la main-d'œuvre qualifiée, aux matières premières et intrants	1	3	3	3	3	9	2	3	6	5	3	15
9	Accès suffisant aux services financiers	1	1	1	3	2	6	2	1	2	1	1	1
10	Accès suffisant aux services de développement d'entreprise pour l'amélioration de la qualité du processus de production	1	1	1	3	1	3	2	1	2	1	1	1
	Total du potentiel de croissance			20			54			32	1		68

*résultats: 5 = élevé, 1 = bas, poids: 1-4

	Sous-secteur ou chaîne de valeur	Bœuf			Produits laitiers			Coton biologique			Riz		
		résultat	poids	total	résultat	poids	total	résultat	poids	total	résultat	poids	total
	*												
	<i>Potentiel des critères d'autonomisation des femmes et d'égalité entre les genres</i>												
1	Taux élevé de femmes employées dans la chaîne de valeur en comparaison avec l'économie au sens large	1	2	2	3	1	3	4	2	8	4	2	8
2	Taux élevé d'entrepreneurs de sexe féminin dans la chaîne de valeur	4	2	8	3	1	3	3	2	6	2	2	4
3	Les femmes contrôlent l'équipement/les biens	4	3	12	3	1	3	5	3	15	2	3	6
4	Les femmes possèdent ou peuvent acquérir les compétences nécessaires pour répondre aux opportunités d'ajout de valeur rentables par la transformation des produits et la diversification	1	1	1	3	1	3	4	1	4	2	1	2
5	Les femmes contrôlent le revenu issu des ventes ainsi que l'entreprise	1	2	2	3	1	3	4	2	8	1	2	2

6	Proximité de a communauté où se trouve le foyer (géographique)	1	1	1	3	1	3	3	1	3	3	1	3
7	Faibles barrières d'entrée pour les petits et pauvres entrepreneurs (production à petite échelle, faibles coûts de démarrage, investissements majeurs de capital non requis, utilisation de compétences à faible niveau technologique)	1	1	1	3	1	3	4	1	4	3	1	3
8	Faibles barrières d'entrée pour les entrepreneuses (temps et mobilité, accès à la technologie et aux biens, contraintes culturelles)	1	2	2	3	1	3	3	2	6	2	2	4
9	Ouverture de nouvelles opportunités pour les femmes	1	4	4	3	1	3		4	0	1	4	4
10	Ces nouvelles activités correspondent aux conditions d'existence (revenu ininterrompu, utilisation de la main-d'œuvre familiale, retours rapides, contribution à la sécurité alimentaire, conservation de l'environnement, pas de réduction de la disponibilité d'eau salubre)	1	2	2	3	2	6	3	2	1	4	2	8
	Total du potentiel d'autonomisation des femmes et d'égalité entre les genres			35			33			55			44

3. Analyse de la chaîne de valeur

3.1 Collecte de données pour l'analyse de la chaîne de valeur au niveau global, intermédiaire et individuel

Outil 3.1 Collecte de données pour l'analyse de la chaîne de valeur au niveau global, intermédiaire et individuel

De Terrillon basé sur SNV

Pourquoi utiliser cet outil?

Afin de sensibiliser à la complexité du système au sein duquel opère la chaîne de valeur. Les outils contribuent à l'identification des divers intervenants ainsi que de la façon dont ils s'influencent mutuellement, positivement ou négativement. La cartographie préliminaire devrait faire la lumière sur les aspects suivants:

- Pour chaque niveau (global, intermédiaire et individuel), quels sont les individus, institutions et organisations impliqués?
- Quel est leur niveau de sensibilisation à la problématique de l'égalité entre les genres?
- Lesquels sont les défenseurs des questions d'égalité entre les genres?
- Quelles sont les interactions existant entre eux et avec d'autres organisations travaillant dans le secteur?
- Quels sont les acteurs qui ont le potentiel de contribuer à l'atteinte des objectifs/des impacts de l'égalité entre les genres dans la chaîne de valeur?
- Quels sont les partenaires financiers et techniques qui font preuve d'un engagement solide envers les questions d'égalité entre les genres et y consacrent des ressources?

Qui applique cet outil et pour qui?

Des équipes de projet, à partir de recherches documentaires, de travaux pratiques et de discussions au sein de focus groupes.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

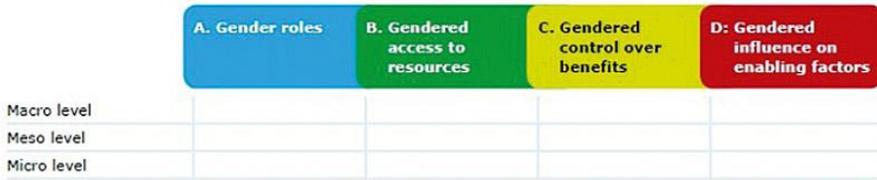
L'analyse de la chaîne d'un point de vue sexospécifique permet de faciliter la collecte de données quantitatives et qualitatives ventilées par sexe, au niveau global, intermédiaire et individuel, en utilisant à la fois une perspective orientée sur le genre et sur le DCV. L'objectif est d'identifier et de faciliter les discussions portant sur les disparités, les discriminations ainsi que les problématiques majeures en matière de genre, en gardant à l'esprit les dimensions et niveaux multiples au sein desquels apparaissent les inégalités et les opportunités sexospécifiques:

Figure 14: Dimensions/Niveaux (source: Terrillon, SNV, 2010)

Dimensions	Niveaux
économique	Individuel
psychologique	ménage
sociale	communauté
politique	marché
...	institutionnel
	national
	international

La réalisation d'une telle analyse offre un aperçu de la situation en utilisant le tableau suivant:

Figure 15: Modèle de collecte de données (source: Terrillon, SNV, 2010)



Traduction de la figure 15: A. Rôles des genres B. Accès aux ressources selon le genre C. Contrôle des bénéfices selon le genre D. Influence du genre sur les facteurs favorables
Niveau global/Niveau intermédiaire/Niveau individuel

Analyse sexospécifique de la chaîne de valeur au niveau global

Cet outil suggère des points d'attention, formulés sous forme de questions, servant de liste récapitulative et permettant de comprendre le contexte spécifique de la chaîne de valeur sélectionnée. Selon les résultats de l'analyse, les questions sexospécifiques essentielles (contraintes et opportunités) sont identifiées et des options appropriées sont sélectionnées pour l'action systémique.

Etape 1 contexte culturel

Avant de se lancer dans une analyse sexospécifique de la chaîne de valeur au niveau global, il faudra accorder une attention particulière à l'analyse du contexte culturel général, des valeurs et normes, ainsi que de l'environnement institutionnel. Il est nécessaire de se pencher sur les aspects suivants:

- Quel est le contexte culturel et ethnique au sein duquel nous travaillons? Quelle religion ou idéologie domine la société?
- Quelles sont les normes et valeurs concernant les rôles et responsabilités des femmes?
 - Quels sont les stéréotypes, perceptions et valeurs à l'égard des contributions économiques des femmes?
 - Comment affectent-ils la division sexuée du travail?
 - Dans quelle mesure la société est-elle prête à accepter de nouveaux rôles/nouvelles responsabilités entre les genres?

Etape 2 réglementations et législations

Les normes et valeurs relatives aux rôles des genres ont influencé les réglementations et législations concernant des questions clés telles que le travail, l'accès aux ressources (lois sur l'héritage), la demande du marché (local, national, international). Certaines d'entre elles sont favorables à une plus grande égalité entre les genres et d'autres pas:

- Comment se présente l'environnement législatif et réglementaire général concernant le statut et les droits économiques des femmes (droit du travail, héritage et propriété, code de la personne et de la famille)?
 - Quelle est l'influence du droit coutumier, de la religion et du droit matériel? Lequel s'applique? Dans quel cas?
 - Quel est l'impact de ces réglementations/législations sur la liberté de choix, l'accès aux ressources et aux bénéfices des femmes?
 - Les dispositions de la loi concernant les droits des femmes sont-elles connues et appliquées?
- Au sujet des institutions publiques:
 - Sont-elles sensibles/conscientisées à la question du genre?

- Sont-elles au courant des besoins et intérêts spécifiques des femmes?
- Disposent-elles des capacités pour intégrer systématiquement le genre (analyse basée sur le genre, mise en œuvre et évaluation) et de ressources pour sa mise en œuvre (humaines, financières)?
- Le gouvernement s'est-il engagé à aborder les questions d'égalité entre les genres dans cette chaîne de valeur/ce secteur?
 - Existe-il un document directif (par ex. une politique locale ou plan pour l'égalité entre les genres au niveau national, régional ou local) stipulant expressément l'engagement du gouvernement pour l'égalité entre les genres?
 - Cette politique indique-t-elle explicitement comment et par qui doit être entreprise l'intégration de la question du genre (ceci établit des limites précises en matière de redevabilité et de responsabilité)?
 - Ces engagements sont-ils reflétés dans les politiques des secteurs forestier, agricole, du développement rural ou dans le cadre de la libéralisation du commerce et des politiques de promotion de l'exportation?
 - Les politiques et programmes du secteur agricole prennent-ils en considération les besoins et intérêts spécifiques des femmes? Considèrent-ils les répercussions potentiellement différenciées sur les hommes et sur les femmes?

Etape 3 analyse globale

Gardant à l'esprit les réponses aux questions des étapes 1 et 2, une analyse globale en profondeur peut être facilitée à l'aide du tableau sexospécifique présenté ci-dessous, pouvant servir de cadre d'analyse. Le niveau global traite de l'environnement institutionnel dans son ensemble ainsi que des interactions entre les acteurs au travers de la chaîne, et détermine s'ils sont propices au développement de chaînes de valeur pro-pauvres, équitables, inclusives et réceptives.

Le tableau sexospécifique aide à identifier et à discuter avec les intervenants des questions sexospécifiques clés, en relation avec le contexte culturel ainsi qu'avec le cadre institutionnel et réglementaire au sein desquels opère la chaîne de valeur.

Les questions du tableau sont indicatives et très générales; elles varieront en fonction d'un contexte donné. Toutefois, il peut être utile d'identifier les causes sous-jacentes des discriminations et disparités existantes. Suite à cela, il sera possible de déterminer l'objectif visant à améliorer l'égalité entre les genres.

Analyse sexospécifique de la chaîne de valeur au niveau intermédiaire

Cette analyse au niveau intermédiaire traite de la sensibilité des structures locales à la question du genre; elle se focalise sur des institutions et organisations ainsi que sur leurs systèmes de prestations de services. Elle détermine si les principes d'égalité entre les genres sont reflétés au sein de leurs structures, de leurs cultures, dans les services qu'elles fournissent et la façon dont ces services sont prestés (groupes de producteurs, SDE, etc.).

Analyse sexospécifique de la chaîne de valeur au niveau individuel

Les analyses globales et intermédiaires traitent des aboutissements et des impacts. L'analyse au niveau individuel aide à identifier les contraintes majeures auxquelles font face les femmes au niveau du ménage et qui auront des répercussions sur les niveaux intermédiaire et global.

Figure 16: Tableaux de l'analyse globale, intermédiaire et individuelle (source: Terrillon, SNV, 2010)

Analyse Globale	
Tableau sexospécifique	Liste récapitulative - analyse globale
<p>Rôles des genres Se penche sur la division sexuée du travail au sein de la chaîne: où les femmes et les hommes sont-ils actifs dans la chaîne («intégration verticale»)?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les proportions d'hommes et de femmes travaillant dans ce secteur/cette chaîne de valeur, spécifiquement par activité (approvisionnement, production, transformation, transport, commerce)? • Font-ils partie de l'économie formelle ou informelle? • Quelles sont les divisions fonctionnelles et sexuées du travail et des rôles au sein des différents segments de la chaîne de valeur (production, transformation, vente et commercialisation, consommateurs, etc.) en fonction des rôles liés aux genres. • Y a-t-il des segments où la présence des femmes est plus importante? Des femmes sont-elles impliquées à des stades où il y a génération de valeur ajoutée? Où y a-t-il gain de revenu? • Quelles sont la visibilité et la valeur accordées au rôle des femmes? Quelles sont les perceptions des femmes elles-mêmes, des hommes et de la communauté? Quelle est la nature du travail des femmes? S'agit-il d'un type de travail temporaire/informel? Les femmes sont-elles uniquement utilisées en tant que main-d'œuvre non rémunérée?
<p>Accès aux ressources lié au genre Se penche sur la façon dont les ressources sont partagées/distribuées en fonction des lois/règlementations, normes et valeurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les droits des hommes et des femmes? Quelles sont les caractéristiques et facteurs qui interviennent dans l'accès et le contrôle des hommes et des femmes aux différents types de ressources (naturelles, productives et services)? • Quel est l'accès des femmes à l'information sur la production et aux organisations et services disponibles? Via quels moyens de communication? Ceux-ci sont-ils adaptés aux possibilités des femmes? • Quelles sont les capacités des femmes à utiliser ces ressources? • Qui sont les propriétaires des terres/arbres/récoltes, etc.? • L'information est-elle plus difficile à obtenir pour les productrices au sein de chaînes de valeur «féminines» ou mixtes? Qu'en est-il de l'accès à l'information des femmes dans les autres segments de la chaîne de valeur (par ex. formatrices ou vendeuses)? • S'il existe des contraintes, quelles sont les obstacles principaux auxquels font face les femmes dans les différents segments de la chaîne de valeur (niveau d'éducation plus bas des femmes, marginalisation plus importante et accès réduit aux «réseaux», projets, programmes, moins grande visibilité au sein des segments de la chaîne de valeur, moins de contrôle sur l'information? etc.)? • Y a-t-il des informations spécifiques sur les marchés qui sont utiles à la question de l'égalité entre les genres? (par ex. accroître l'offre d'un produit pour les consommateurs à bas revenus de manière à améliorer la qualité de vie, au niveau de l'alimentation par exemple). • Comment les groupes pauvres et autres intervenants peuvent-ils obtenir de l'information sur les services du secteur ou sur le marché?
<p>Contrôle des bénéfices lié au genre Se penche sur les rôles des femmes et des hommes au niveau de la gestion de la chaîne («intégration horizontale») et sur les dynamiques de pouvoir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe-t-il un déséquilibre dans les relations de pouvoir? Des discriminations/exclusions liées au genre? • Comment le pouvoir est-il réparti au sein des relations de production et d'échange au travers de la chaîne de valeur? • Les bénéfices sont-ils distribués/concentrés dans un segment de la chaîne? • Qui décide? Qui contrôle les bénéfices? • Quelles sont les dynamiques de désresponsabilisation? • Quelles sont les capacités d'accès à ces droits pour les hommes et les femmes au travers de la chaîne? La distribution de ces capacités paraît-elle inégale à un moment ou un autre? • Quelles alternatives (choix) s'offrent aux femmes concernant les activités et la gestion de la chaîne? • Quelle est la capacité des producteurs (masculins/féminins) à influencer les prix? Quelles sont les opportunités de négociation (voix, participation, inclusion) (endettement, contrats sous-optimaux)? Qui signe le contrat pour la vente du produit? • Est-ce que les femmes des différents segments de la chaîne de valeur gagnent plus grâce à l'intervention (s'il y en a)?

	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que les rôles des femmes changent? Assument-elles des postes de dirigeantes? Signent-elles des contrats? • Comment les femmes perçoivent-elles le changement personnellement? Ont-elles gagné davantage de confiance en elles, de crédibilité? • Ces changements peuvent-ils être interprétés comme de l'autonomisation?
<p>Influence du genre sur les facteurs favorables</p> <p>A pour objectif de déterminer comment les dirigeantes/dirigeants peuvent influencer l'élaboration de politiques et de législations afin de promouvoir leurs droits économiques et de rendre l'environnement général plus propice à l'égalité entre les genres</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle est la capacité des femmes à influencer les décisions, les politiques ou les programmes à tous les niveaux? • Ont-elles accès à des espaces de pouvoir spécifiques (espaces invités ou revendiqués), et à des lieux de pouvoir (conseil municipal, parlement, etc.)? Ont-elles l'occasion de s'exprimer? Les voix des femmes sont-elles entendues? Est-ce qu'on les écoute? Les voix de quelles femmes? • Est-ce que les femmes de segments spécifiques de cette chaîne de valeur/de ce secteur/de cette activité sont organisées? • Développent-elles des alliances stratégiques avec les institutions travaillant sur des questions relatives à l'égalité entre les genres comme des organisations pour les droits de la femme et des plateformes? • Est-ce que des institutions travaillant sur des questions touchant aux femmes et à l'égalité entre les genres sont présentes dans ce secteur? Les productrices et les associations de fermiers sont-elles impliquées dans le processus de prise de décision au niveau des politiques nationales et de la planification?

Analyse intermédiaire	
Tableau sexospécifique	Liste récapitulative - analyse intermédiaire
<p>Rôles des genres</p> <p>Analyse de la position des femmes au sein des organisations (productrices, utilisatrices, transformatrices) de la chaîne de valeur (gouvernance interne).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quel est le rôle des femmes et leur positionnement au sein de ces organisations? • Font-elles face à des contraintes spécifiques (représentation dans des instances de prise de décisions, pouvoir d'influencer les décisions, etc.)?
<p>Accès aux ressources lié au genre</p> <p>A pour objectif de comprendre les besoins spécifiques des femmes en termes d'accès aux ressources</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les femmes ont-elles accès aux terres, à l'eau et à la technologie? • Les femmes ont-elles accès à l'information et à l'éducation? • Les femmes ont-elles accès aux services de développement de la chaîne de valeur et bénéficient-elles de la réactivité de ceux-ci? • Quel est l'accès des femmes aux services de développement d'entreprise (SDE)? • Les groupes de producteurs féminins disposent-ils du même accès aux SDE? Si non, pourquoi? • Les innovations technologiques et les investissements sont-ils spécifiquement dirigés vers les hommes, ou aussi vers les femmes? Sont-ils adaptés aux besoins des femmes (force physique et horaires quotidiens)? • Des SDE spécifiquement destinés aux femmes sont-ils nécessaires au soutien des productrices? • Les services de développement d'entreprise sont-ils adaptés aux besoins spécifiques des productrices (horaires quotidiens, niveaux d'éducation plus bas, etc.)? • Existe-t-il des services de garde d'enfants?

	<ul style="list-style-type: none"> • Les prestataires de services savent-ils comment procéder à l'intégration des questions liées au genre afin de produire une meilleure analyse, de comprendre et d'affronter ces contraintes? Sont-ils attentifs au fait de fournir des services tenant compte de la question du genre? Optent-ils pour une approche sensible à l'égalité entre les genres? • Les prestataires de services procèdent-ils à une intégration du genre aux niveaux institutionnel ou organisationnel? • L'emploi dans les SDE: favorisent-ils l'emploi de femmes? Les opportunités d'emploi sont-elles équitables? Qu'en est-il des conditions de travail? • Accès aux services financiers et capacités de réaction de ceux-ci: • Les femmes concentrées dans des segments spécifiques des chaînes de valeur font-elles face à des contraintes spécifiques dans le domaine de l'accès aux services? Quelles sont ces contraintes? • Quels sont leurs besoins spécifiques? (besoins en matière d'investissement et de flux financiers, frais de scolarité, nourriture) • Les services financiers sont-ils adaptés à leurs besoins? Quels sont les produits financiers les plus adaptés? • Existe-t-il des institutions (du secteur privé ou public) spécialisées dans la facilitation de l'accès des femmes aux services financiers?
<p>Contrôle des bénéfices lié au genre.</p> <p>Se penche sur les relations de pouvoir au sein des groupes/associations, sur leur degré d'inclusion et la façon dont les coûts et bénéfices sont partagés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les femmes sont-elles membres de groupes de producteurs? • Prennent-elles part aux réunions? Ont-elles le droit d'exprimer leurs besoins et de voter? • Ont-elles le droit d'accéder aux avantages sociaux et financiers offerts par l'organisation? • Ont-elles l'opportunité d'être élues au sein d'organismes dirigeants et si oui, sont-elles élues et à quel degré? • Existe-t-il des mesures spéciales dans la constitution de l'organisation, comme des quotas, garantissant leur participation dans la prise de décision?
<p>Influence sur les facteurs favorables liés au genre.</p> <p>Se penche sur l'aspect «autonomisant des groupes et associations en termes d'accès aux cercles où sont prises les décisions».</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les capacités des dirigeantes féminines à influencer collectivement la prise de décision concernant les services du secteur et le développement de la chaîne de valeur? • Comment ceux et celles qui ne disposent pas d'accès aux ressources et aux services peuvent-ils être inclus? • Dans quels espaces ou lieux «revendiqués ou invités»?

Analyse individuelle	
Tableau sexospécifique	Liste récapitulative – analyse individuelle
Rôles des genres	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle est la division sexuelle du travail au sein du ménage (rôles des genres déterminés socialement)? Quels sont les rôles reproductifs des hommes et des femmes? Quelles tâches sont exécutées par les hommes et les femmes? • Combien de temps et d'énergie sont octroyés à ces tâches? • Quelle est la relation existant avec les autres rôles des femmes et des hommes (reproductif/communautaire)? • Quelle est l'influence du travail effectué dans la chaîne de valeur sur leur charge de travail?
Accès aux ressources lié au genre	<ul style="list-style-type: none"> • Quel est l'accès des femmes et des hommes aux ressources leur permettant d'effectuer ces tâches? • Existe-t-il des contraintes spécifiques auxquelles font face les femmes en particulier? • Voir 4.1b sur l'accès différencié aux ressources.

Contrôle des bénéfices lié au genre	<ul style="list-style-type: none"> • Les femmes/hommes bénéficient-ils de manière égale au niveau du ménage? Qui gagne le revenu? Qui décide de la manière d'utiliser le revenu? Qui décide de l'allocation du budget familial? Quel est le pouvoir de décision des femmes concernant les dépenses liées au budget du ménage? • D'autres types de bénéfices sont-ils générés (financier, visibilité, crédibilité, meilleur accès à l'information et aux réseaux sociaux)?
Influence sur les dynamiques de pouvoir au sein du ménage, liée aux genres	<ul style="list-style-type: none"> • Comment les contributions des femmes dans la chaîne de valeur sont-elles perçues au niveau du ménage? • Les rôles des genres sont-ils en train de changer? Si oui, le rôle changeant des femmes/leur revenu accru sont-ils valorisés au sein du ménage? Au sein de la communauté? Cela a-t-il un impact sur la prise de décision et sur le pouvoir de négociation de celles-ci? • Les femmes assistent/participent-elles davantage aux réunions au niveau de la communauté? Se font-elles entendre? • Comment est dépensé le revenu additionnel généré par l'intervention? • Quels sont les changements dans les comportements/attitudes des hommes? Les hommes remplissent-ils toujours leurs responsabilités au sein du ménage? S'impliquent-ils dans les tâches ménagères et l'éducation des enfants pour soutenir leurs femmes?

Remerciements

Terrillon, Jacqueline, 2010, 'Gender mainstreaming in value chain development – Practical guidelines and tools', Corporate Network Agriculture, SNV, 2010.



3.2 Cartographie de la chaîne de valeur prenant en compte la dimension de genre

Outil 3.2a Etablir une cartographie de la chaîne de valeur sensible à la question du genre

Par Vanderschaeghe et Lindo

Pourquoi utiliser cet outil?

La cartographie du genre vise à rendre les femmes visibles au sein d'une chaîne de valeur. Bien que les femmes participent à la plupart des chaînes de valeur, elles ont tendance à rester invisibles:

- Dans le processus de production, on suppose souvent que ce sont les hommes qui sont les producteurs, ce qui occulte les contributions des femmes en tant que partenaires dans la ferme et dans l'entreprise familiale.
- Dans le domaine de la transformation et de la commercialisation, les entreprises qui sont aux mains de femmes sont souvent considérées comme des entreprises domestiques, à petite échelle ou comme des ateliers informels impliquant de bas niveaux de technologie. Ceci contribue à la perception selon laquelle ces entreprises sont peu compétitives et par conséquent insignifiantes pour le développement. Elles sont donc souvent ignorées dans les cartographies de chaînes.
- Les travailleurs/ la main-d'œuvre/ les employés, et particulièrement les femmes, sont peu visibles et rarement invités à participer aux analyses de chaînes de valeur ou à la formulation d'une stratégie d'amélioration.

Que rapporte l'utilisation de cet outil?

- Produire une image globale de la chaîne de valeur sensible à la question du genre, déterminer les acteurs impliqués et les pourcentages d'hommes et de femmes dans chaque segment.
- Obtenir un aperçu des différences entre les hommes et les femmes en termes d'activités et de leur accès et contrôle des ressources.
- Identifier les opportunités des femmes pour améliorer leur position.
- Identifier les contraintes et les opportunités des femmes de participer à la chaîne de valeur ainsi qu'analyser les différences de pouvoir (position) dans la gouvernance de la chaîne de valeur.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil fournit aux professionnels du développement des lignes directrices concernant la façon de procéder lors de la cartographie d'une chaîne de valeur. Cette carte peut être utilisée au cours d'ateliers participatifs incluant des acteurs de la chaîne de valeur (femmes comme hommes).

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Formulation d'hypothèses

Développez tout d'abord une hypothèse sur la manière dont les femmes participent au sein de la chaîne de valeur et ajustez votre carte. Bien que la perception d'ensemble puisse être que les femmes ne participent pas à certains processus de la chaîne de valeur, la clé d'une bonne analyse en matière de genre est de se rendre sur le terrain avec un esprit ouvert.

Nos hypothèses en matière de genre doivent se baser sur les questions suivantes:

- Où sont les femmes dans cette chaîne de valeur? Que font-elles?
- Quelles sont les caractéristiques d'une carte qui convaincra les intervenants de l'importance et des opportunités des femmes dans l'amélioration d'une CV?

Ces hypothèses basées sur une analyse selon le genre nous aideront à développer la cartographie, à rechercher les outils appropriés afin de révéler les préjugés sexistes et à identifier les intervenants à interroger ou qui participeront aux ateliers.

Etape 2 Cartographie des acteurs

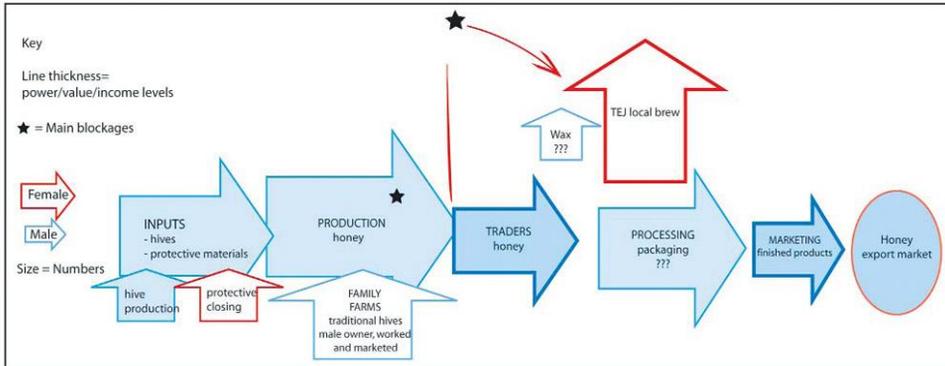
Effectuez une présentation visuelle de la chaîne de valeur, présentant les acteurs principaux, hommes et femmes. Assurez-vous d'inviter ou d'interviewer des femmes occupant des postes de dirigeantes et des petites entreprises féminines informelles afin d'établir une image libre de préjugés de la chaîne de valeur.

Pensez à:

- Quels sont les processus principaux impliqués dans la chaîne?
- Quels sont les acteurs principaux de la chaîne? Essayez de différencier les acteurs selon différentes typologies, comme:
 - Propriété ou statut légal (individuel, entreprise familiale, commerce informel, entreprise enregistrée, coopérative, gouvernement).
 - Taille ou échelle (nombre de personnes impliquées, micro, petite ou moyenne entreprise).
- Combien d'acteurs de la chaîne de valeur sont des hommes et combien sont des femmes? (Utilisez des nombres ou des symboles de tailles et de couleurs différentes pour différencier les hommes et les femmes. NB: les segments peuvent être mélangés, composés d'hommes et de femmes)
- Combien d'hommes et combien de femmes sont membres ou acteurs collectifs (organisations de producteurs, unités de traitement collectives)?
- Combien d'hommes et combien de femmes sont employés en tant que travailleurs aux différents stades de la chaîne de valeur?
- Quels sont les acteurs importants en dehors de la chaîne (par ex. les prestataires de services commerciaux, de services financiers et les facilitateurs de la chaîne)?
- Quels sont les facteurs et acteurs importants influençant la chaîne de valeur?

Exemple 1: La CV du miel en Ethiopie

Figure 17: Chaîne de valeur (source: Mayoux & Mackie, BIT, 2008)



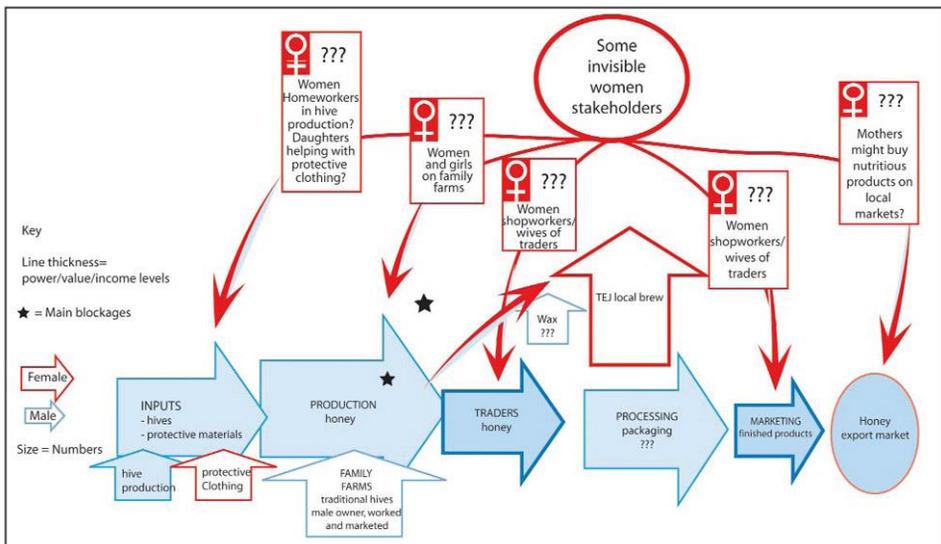
Traduction de la figure 17: épaisseur de la ligne=pouvoir/valeur/niveaux de revenu
 Etoile = barrières principales Femmes/hommes Taille=nombre Intrants: ruches/matériel de protection
 Production de la ruche/vêtements de protection Production/miel Fermes familiales/ruches
 traditionnelles/propriétaire masculin/travaillé et commercialisé Commerçants/miel Cire??? TEJ alcool
 local Traitement/ emballage?? Commercialisation/produits finis Marché d'exportation du miel

Etape 3 Rendre visibles les intervenantes qui ne le sont pas

Cette étape rend visible les femmes qui ne figurent pas dans la première carte des acteurs. Il s'agit par exemple des femmes ou des filles faisant partie de l'entreprise familiale/agricole, ainsi que des travailleuses; elles ne sont pas considérées comme propriétaires de l'entreprise.

Exemple 2: Femmes "invisibles" dans la CV du miel en Ethiopie

Figure 18: Femmes "invisibles" dans la CV du miel en Ethiopie (source: Mayoux & Mackie, BIT, 2008)



Traduction de la figure 18: Intervenantes invisibles

Etape 4 Profil d'activités

Un outil important permettant de rendre les femmes visibles est la cartographie des activités impliquées dans les différents processus de la chaîne de valeur. Quelles activités sont effectuées par des hommes ou par des femmes? Donnez une couleur spécifique aux activités générant de la valeur ou apportant de la qualité. Celles-ci peuvent s'avérer essentielles pour l'identification d'opportunités d'autonomisation des femmes au sein de la chaîne de valeur. Le second exemple de l'Outil 3.3a peut être utile afin de guider cet exercice.

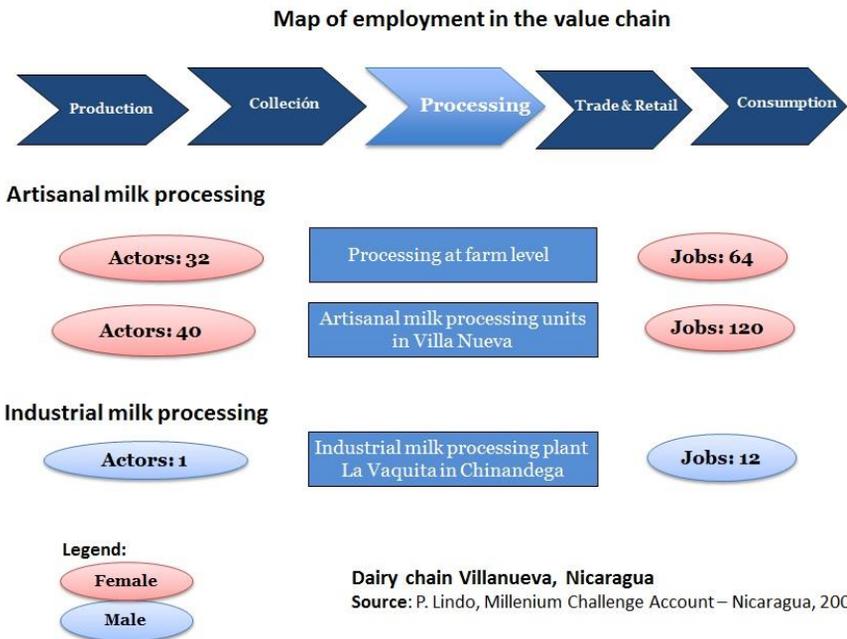
Etape 5 Cartographie spécifique du genre

Afin de souligner les contributions spécifiques des intervenantes dans la chaîne de valeur, il peut s'avérer nécessaire d'établir une cartographie spécifique. Le schéma ci-dessous (exemple 3) représente le nombre d'acteurs et d'employés impliqués dans un processus majeur de la chaîne de valeur. Ce diagramme montre que beaucoup de petites entreprises féminines domestiques de production de lait (usine de traitement du lait de Villanueva et unités de production artisanales de Villanueva) créent plus d'emplois en produisant du fromage frais que l'unité de traitement industrielle (Vaquita Chinandega) qui peut traiter la même quantité de lait que toutes les petites entreprises réunies.

La réalisation de cette carte a fait apparaître que la stratégie d'amélioration prévue, apportant de meilleurs prix aux producteurs laitiers, se concentrait sur la récolte et la vente du lait à l'usine industrielle (au lieu de le vendre localement à des entreprises laitières domestiques) et allait entraîner un impact négatif important sur l'emploi des femmes en particulier au sein de la municipalité, étant donné que moins de lait allait être disponible pour les femmes qui le traitent.

Exemple 3: Chaîne des produits laitiers Villanueva, Nicaragua

Figure 19: Chaîne des produits laitiers de Villanueva, Nicaragua (source: Lindo, 2007)



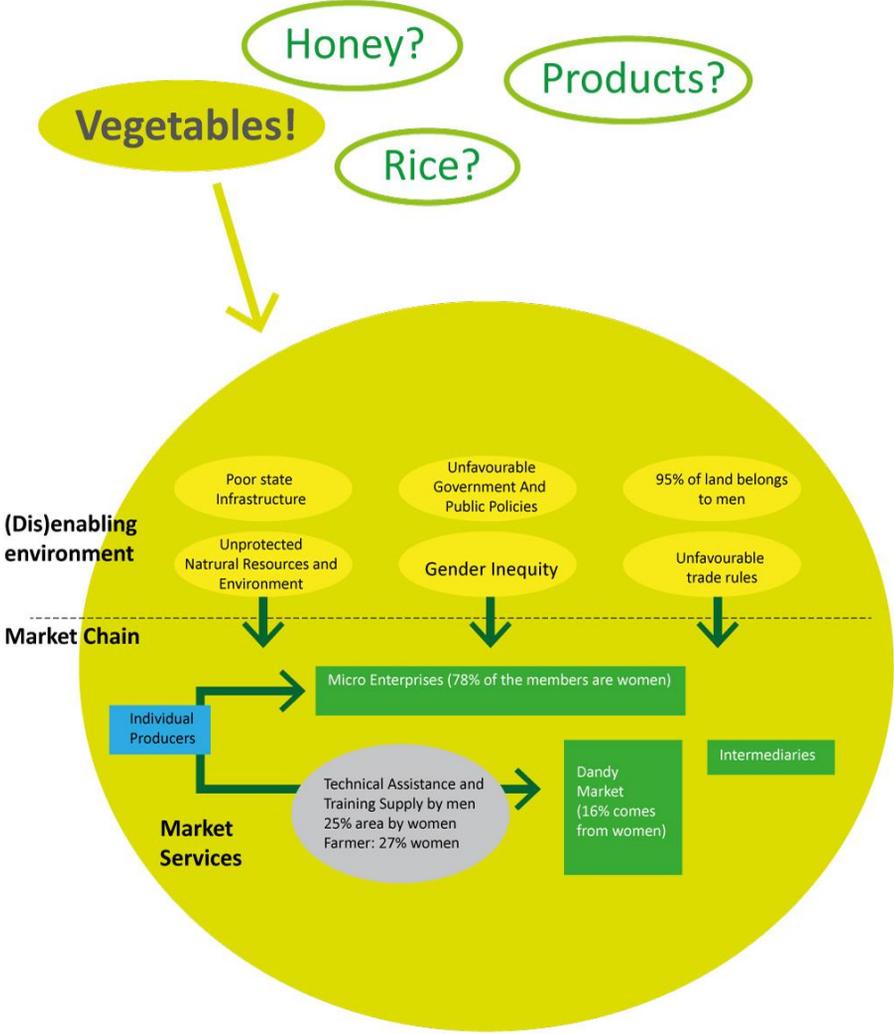
Traduction de la figure 19: Carte de l'emploi chaîne de la production laitière à Villanueva, Nicaragua

Remerciements

Vanderschaeghe, M. et P. Lindo (2008) basé sur leur propre expérience, outils du Programme MASRENACE de GIZ au Nicaragua, et 'Etablir les liens les plus solides' ('Making the strongest links'), Linda Mayoux & Grania Mackie, pages 28-30, 2008, BIT

Exemple 4: Cartographie basée sur une analyse selon le genre du marché

La page suivante offre un aperçu de la cartographie selon le genre du marché d’Oxfam. Cette approche fournit des lignes directrices pour la conception de schémas illustrant l’environnement défavorable, la chaîne et les services du marché pour les produits et marchés agricoles, tout en y intégrant la dimension de genre. La présentation est disponible sur l’Internet: <http://growsellthrive.org/>



Outil 3.2b Rendre visible ceux qui contribuent à la qualité du produit, ainsi que leur façon de procéder.

De Vanderschaeghe and Lindo

Pourquoi utiliser cet outil?

Même lorsque les femmes participent dans quelque chaîne de valeur agricole et d'élevage que ce soit, elles ne sont pas considérées comme des producteurs; leur contribution à l'ajout de qualité et de valeur dans la production et la transformation est souvent ignorée. En outre, leurs opinions et visions concernant le développement économique de la ferme, de l'organisation de producteurs ou de la chaîne de valeur sont rarement valorisées. Les femmes ne bénéficient pas directement de leur travail, et il leur manque donc la motivation et les services nécessaires pour participer à la chaîne de valeur en tant que partenaires égaux.

Cet outil se concentre sur le changement de la perception (des femmes et des autres) de la contribution des femmes à l'économie de la ferme et des entreprises familiales ainsi qu'à l'amélioration de la chaîne. Il s'agit d'une première étape vers le positionnement des femmes en tant qu'acteurs économiques importants et égaux pour le développement de la ferme, de l'entreprise et de la chaîne de valeur. Cet outil est particulièrement recommandé lorsqu'on travaille avec des chaînes de valeur dominées par des hommes.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Rendre visible la contribution des hommes et des femmes à la qualité des produits et processus au sein de la chaîne de valeur.
- Sensibiliser au rôle important joué par les femmes dans l'économie des ménages et dans l'amélioration de la chaîne de valeur, renforçant ainsi le pouvoir de négociation de celles-ci au sein de leurs familles et des organisations productrices.
- Sensibiliser à la répartition inégale des bénéfices issus de la participation à la chaîne de valeur, entre les hommes et les femmes.
- Sensibiliser à l'importance du partage des bénéfices et de la prise de décision entre hommes et femmes pour le développement de la ferme et de l'entreprise, des organisations productives et de la chaîne de valeur.

Qui applique cet outil et pour qui?

Il s'agit d'un outil participatif à utiliser au cours d'ateliers de travail pour groupes de producteurs ou de transformateurs, auxquels hommes et femmes sont invités. Etant donné que cet outil se penche sur la dynamique des ménages, il est important qu'à la fois maris et femmes soient invités à participer à l'atelier.

Comment cela fonctionne-t-il?

Hommes et femmes travaillent en groupes séparés et répondent aux questions ci-dessous. Chaque groupe répond aux mêmes questions.

Etape 0 Préparation: visualisation de la chaîne de valeur et des marchés

Avant d'identifier la contribution des femmes et des hommes à la qualité des produits et des processus, il est important que les participants aient une vision claire du marché et puissent définir la qualité des produits en termes d'exigences du marché. Un outil de cartographie de la chaîne de valeur, aidant à visualiser et à définir les différents marchés ainsi que les demandes de ceux-ci, peut être utilisé au préalable (voir outil 3.2a).

Etape 1 Travail de groupe sur la contribution des hommes et des femmes à la qualité du produit

Chaque groupe répond aux questions suivantes, remises sur un tableau de conférence

- Comment les femmes contribuent-elles à la qualité du produit?
- Comment les hommes contribuent-ils à la qualité du produit?
- Quels bénéfices les femmes tirent-elles de leur travail sur ce produit/dans cette chaîne de valeur?
- Quels bénéfices les hommes tirent-ils de leur travail sur ce produit/dans cette chaîne de valeur?

NB: Centrez la discussion sur le produit de la chaîne de valeur en question.

Etape 2 Groupe de travail sur la répartition des bénéfices

Après avoir répondu à ces quatre premières questions, un autre tableau de conférence est procuré affichant les questions suivantes:

- Comment les bénéfices sont-ils répartis entre les hommes et les femmes?
- Les hommes et les femmes se voient-ils octroyer des bénéfices équivalant à leur contribution?

Etape 3 Session plénière visant à discuter des résultats du travail de groupe

Mettez les données en commun au cours de la session plénière et discutez des différences et similitudes dans les perceptions qu'ont les hommes et les femmes de leurs contributions et bénéfices respectifs, concernant leur participation à la chaîne, ainsi que l'effet de ceci sur l'amélioration de la chaîne de valeur.

Questions pour l'animation de la session plénière:

- Que pensent les femmes des opinions des hommes? Que pensent les hommes des opinions des femmes?
- Pourquoi les femmes déclarent-elles que leurs bénéfices ne sont pas les mêmes? Pourquoi les hommes déclarent-ils que leurs bénéfices sont les mêmes, si par exemple, leurs femmes ne sont pas membres d'une coopérative et ne reçoivent pas de services de vulgarisation agricole?

Etape 4 Session plénière sur les conséquences de la situation

En séances plénières ou en groupes d'hommes et de femmes, les participants répondent aux dernières questions:

- Le fait que les femmes obtiennent moins de bénéfices que les hommes pour leur travail affecte-t-il le volume et la qualité des biens issus de la chaîne de valeur? Comment? Quelles sont vos propositions pour l'accroissement des bénéfices des femmes?

Recommandations pour le processus

- L'animation doit se concentrer sur l'encouragement du dialogue entre hommes et femmes. Rendez visibles les opinions et propositions des deux groupes et valorisez et exprimez tout particulièrement les contributions des femmes.
- Posez les bonnes questions afin de faire réfléchir les participants au *statu quo*; à la valeur invisible du travail des femmes, à la distribution inégale des revenus et des bénéfices au sein du ménage.
- Révélez la contribution des femmes à la qualité et à l'ajout de valeur.
 - Les rôles reproductifs et productifs des femmes sont souvent ignorés mais constituent des facteurs clés pour la qualité et l'ajout de valeur; aller chercher de l'eau, nettoyer les

aires d'habitation et de production, gérer l'hygiène d'autres personnes et l'hygiène au travail; effectuer le travail de récolte et d'après récolte, le traitement des produits à domicile et le contrôle de la qualité des denrées.

- Les compétences en matière de gestion du budget des femmes sont également importantes pour l'amélioration des affaires.
- Aidez les individus à réfléchir à la nature complémentaire des rôles des hommes et des femmes dans l'entreprise familiale. Si les femmes ne cuisinaient pas, ne s'occupaient pas des enfants et des biens familiaux, les hommes n'auraient ni la force ni le temps d'exercer leurs rôles productifs.
- Remettez en question les bénéfices inégaux que perçoivent les femmes et les hommes pour leur contribution à l'économie de la famille. En principe, les participants mentionneront des bénéfices familiaux tels que la nutrition, l'éducation et la santé en tant que «bénéfices des femmes». Il est important que l'animateur pose la question précisément: «Quels sont les bénéfices perçus en tant que personne, femme ou homme? Comment une femme ou un homme se développe et progresse suite à sa participation à la chaîne de valeur?»
- Etablissez des liens entre les questions relatives à l'amélioration de la chaîne et la croissance d'une part, et les inégalités entre les genres ainsi que les contraintes liées aux genres d'autre part.

Exemple: La chaîne de valeur des produits laitiers à Siuna, Nicaragua

Figure 20: Atelier de promotion de l'équité entre les genres au sein des chaînes de valeur dans le RAAN, Nicaragua (source: MASRENA GTZ et PRODER Oxfam RU, 2009)



La chaîne de valeur des produits laitiers de Siuna, dans le Nord-Ouest du Nicaragua, possède une image et une représentation masculines très fortes en raison du fait que les hommes possèdent la majorité des terres et du bétail et qu'ils sont considérés comme étant les producteurs laitiers et les propriétaires de la production familiale. Les organisations de producteurs laitiers comportent un pourcentage élevé de membres de sexe masculin et les programmes d'amélioration de la chaîne créent et développent des services se concentrant sur cette partie de la population. La stratégie d'amélioration de la chaîne des produits laitiers de Siuna se concentre sur l'amélioration de la qualité du lait au niveau de la ferme et sur des investissements dans des

technologies nouvelles au niveau de la transformation avec pour objectif la production d'un fromage pasteurisé destiné à l'exportation.

Cet outil fut utilisé au cours d'un atelier de travail organisé par le programme MASRENACE de GTZ et le projet PRODER d'Oxfam GB; les membres de la coopérative laitière COACAN ainsi que leurs femmes furent invités. En évaluant la contribution des hommes et des femmes à la qualité de la production de lait pasteurisé, l'outil a révélé que les femmes accomplissent des activités essentielles liées à l'hygiène au cours du processus de traite. Les femmes amènent de l'eau du puits à la maison, nettoient les cuves, seaux et tissus servant à filtrer le lait, lavent les pis des vaches avant la traite et rappellent à leurs maris de se laver les mains. Après la traite, les femmes filtrent le lait afin d'en extraire les impuretés. Bien que ce soient les hommes qui traient les vaches, ce sont les femmes qui garantissent la qualité et la pureté du produit.

Grâce à l'atelier de travail, les femmes ont pris conscience de leur contribution à la qualité du lait et à l'économie de la famille, de l'inégalité des bénéfices perçus et de leurs droits à en revendiquer davantage. Cette prise de conscience leur a donné une plus grande capacité de négociation au sein de leurs familles concernant le revenu issu du lait et autres bénéfices s'y rapportant, comme le fait d'être membre de la coopérative et d'avoir accès aux services qu'elle propose.

Citation:

« ... Nous les femmes travaillons plus mais les bénéfices que nous percevons sont inégaux. Parce que ce sont les hommes qui gèrent l'argent, ils décident de ce qu'il faut acheter et en tant que membres de la coopérative, ils bénéficient des prêts et des formations. La femme devrait participer en tant que membre de la coopérative, pas en tant que femme de membre... » - Groupe de femmes de l'atelier de travail, coopérative COACAM.

Un des résultats du processus fut la demande explicite de la part des femmes de devenir membres à part entière des coopératives. En un an à peine, le nombre d'adhésions de femmes à la coopérative COOMANTUM est passé de 8% à 43%; plusieurs familles sont représentées par maris et femmes.

Remerciements

Vanderschaeghe, M. et P. Lindo (2009) 'Atelier: promotion de l'équité entre les genres dans les chaînes de valeur dans le RAAN, Nicaragua'. MASRENACE GTZ et PRODER Oxfam RU, 2009.

3.3 Contraintes et opportunités liées au genre

Outil 3.3a Cartographier les activités et identifier les contraintes liées au genre (et développement d'actions possibles afin d'y faire face).

Par Terrillon, McEwan et Mayanja de CIP

Pourquoi utiliser cet outil?

Lors du développement d'une intervention d'amélioration d'une chaîne de valeur, vous serez confrontés à une multitude d'acteurs, par ex. des fermiers, des organisations et des entreprises. Il est important de savoir que ces acteurs sont typiquement composés d'hommes et de femmes. Les hommes et les femmes jouent des rôles différents et ont des responsabilités différentes dans les activités impliquées au niveau d'un processus de production. Ils font face à des contraintes différentes concernant l'accès et le contrôle des ressources nécessaires à la réalisation de leurs activités. Ces contraintes ont un impact sur la chaîne de valeur car elles peuvent affecter le volume et la qualité des produits. Cet outil permet, par l'aperçu qu'il donne des différentes contraintes, de réfléchir aux actions susceptibles de faire face à chacune de ces contraintes (ventilées en fonction du genre) et de contribuer à la réussite de l'amélioration de la chaîne de valeur.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu de la division du travail (activités masculines, féminines, des jeunes) au sein des différentes étapes d'une chaîne de valeur.
- Un aperçu des contraintes auxquelles font face des groupes de sexe différent lorsque ceux-ci entreprennent leurs activités aux différents niveaux de la chaîne de valeur.
- Une base pour définir des actions pour lever ces contraintes.

Qui applique cet outil et pour qui?

- Cet outil devrait être utilisé de préférence par les professionnels du développement.
- Il devrait être utilisé auprès de la population cible, dans un premier temps divisée en groupes séparés d'hommes et de femmes. Les résultats seront ensuite validés en plénière avec les deux groupes.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 Préparation

- Cet outil peut être utilisé pour analyser les contraintes liées au genre au sein d'une chaîne de valeur spécifique, bien connue des participants. Cet outil vient compléter l'Outil 3.2a: «Etablir une cartographie de la chaîne de valeur sensible à l'égalité entre les genres», qui récolte des données ventilées selon le sexe au sein d'une chaîne de valeur spécifique. L'Outil 3.2a offre une perspective holistique des différentes étapes et maillons de la chaîne de valeur.
- Il faut compter au minimum trois heures pour compléter les tableaux proposés par l'outil; davantage si vous travaillez avec vos populations cibles en groupes de réflexion séparés (hommes/femmes).
- Lors du travail en groupe, il peut être utile de retracer les tableaux sur les tableaux de conférence.

- Afin de gagner du temps, les animateurs peuvent remplir les sections se rapportant aux acteurs, aux étapes de la chaîne et aux activités, avant d'utiliser l'outil dans les groupes de réflexion.

Etape 1 Identifier les acteurs aux différents niveaux de la chaîne de valeur

Utilisez le tableau 1: «Identification des contraintes liées au genre par acteur et activité dans la chaîne de valeur».

Adaptez la première colonne à votre situation en faisant la liste de tous les acteurs (par ex. les petits producteurs, transformateurs et fournisseurs) à chaque niveau de votre chaîne de valeur.

Etape 2 Cartographier les activités et établir le degré de responsabilité pour les activités

Etablissez la liste et analysez les activités menées par les différents acteurs identifiés au cours de l'étape 1 et indiquez qui est responsable, ainsi que le degré de responsabilité par genre (hommes et femmes; vous pourriez ajouter des catégories, comme par ex. les jeunes). Utilisez X: un peu actif; XX: actif et XXX: très actif.

Etape 3 Identifier les contraintes par activité

Identifiez les contraintes auxquelles font face les hommes et les femmes par activité, limitant l'accès et le contrôle des ressources permettant de mener à bien l'activité.

Figure 21: Identification des contraintes liées au genre par acteur et par activité dans la chaîne de valeur (source: Terrillon, 2013).

Acteurs par étape de la chaîne de valeur	Description des activités pour chaque étape de la chaîne de commercialisation	Responsabilités/ rôles et niveau d'implication en fonction du genre		Quelles sont les contraintes rencontrées, limitant l'accès et le contrôle des ressources pour l'activité menée, en fonction du genre	
		H	F	Homme	Femme
Approvisionnement d'intrants					
Production					
Transformation					

Etape 4 Analyser les contraintes

Complétez le tableau 2: «Identification des actions potentielles permettant de faire face aux contraintes liées au genre».

Reprenez les contraintes identifiées dans le Tableau 1 et replacez-les dans la colonne 1. Spécifiez à quel groupe cible (hommes, femmes) s'adresse la contrainte.

Analysez les conséquences des contraintes sur l'efficacité de la chaîne de valeur (colonne 2) ainsi que les causes des contraintes (colonne 3). Ajoutez autant de rangées qu'il est nécessaire.

Etape 5 Formuler des actions permettant de faire face aux contraintes

Identifiez des actions potentielles se rapportant aux facteurs causant les contraintes liées aux genres; complétez la dernière colonne du Tableau 2.

Figure 22: Identification des actions potentielles permettant de faire face aux contraintes liées au genre (source: Terrillon, 2013).

Contrainte(s) liée(s) au genre	Conséquences	Causes/Facteurs à l'origine des contraintes liées au genre	Actions permettant de faire face aux contraintes liées au genre
Approvisionnement d'intrants			
Production			
Transformation			

Figure 23: Analyse des contraintes liées au genre dans la chaîne de valeur du haricot, du maïs et de l'arachide, au cours d'une formation de formateurs du projet des Associations Economiques Femmes de la Banque Mondiale, dans le nord de l'Ouganda (source: Lentink, 2013)



Recommandations pour le processus

Lorsque vous identifiez les contraintes, gardez à l'esprit les défis/inégalités suivants auxquelles font face les femmes à différents niveaux:

Au niveau du ménage:

- Comment se présente la distribution sexuée des tâches et de la charge de travail?
- Quel type de technologie les femmes utilisent-elles pour mener à bien leurs activités, sont-elles adaptées?
- Qui a accès aux ressources telles que les terres, l'équipement, les technologies, etc., et qui les contrôle?
- Qui a accès aux services? Quels sont ces services?
- Qui décide que cultiver, en quelles quantités et de l'endroit où le faire?
- Qui décide des quantités commercialisées et de l'endroit où le faire?
- Quelles sont les limitations qui entravent la qualité et la compétitivité des entreprises dont les propriétaires sont des femmes?
- Qui décide de l'utilisation des bénéfices/revenus récoltés?

Au niveau de l'organisation/du groupe/accès aux services:

- Comment les femmes participent-elles aux différentes associations/différents groupes? Font-elles face à des contraintes au niveau de leur participation? Pourquoi? Quelles sont les conséquences d'une non-participation?
- Quels sont les services dont disposent les hommes et les femmes au sein de la chaîne et comment? Les femmes ont-elles accès à des formations, des réunions, des marchés, des informations sur les marchés? Si non, pourquoi?

Au niveau de la chaîne/environnement général:

- Quelle valeur ajoutée est produite à chaque maillon de la chaîne?
- Qui la produit, hommes ou femmes? Qui gagne plus?
- Qui décide des prix?
- Quels sont les facteurs de l'environnement politique, culturel ou commercial qui contribuent négativement à leur participation?
- Quelles sont les opportunités dont disposent les femmes afin d'améliorer leur position dans la chaîne?

Remerciements

Terrillon, J. (consultante indépendante), M. McEwan (chercheuse principale au CIP) et S. Mayanja (assistante des recherches régionale au CIP) (2012) Outil développé au cours d'un atelier de travail organisé dans le cadre de la trajectoire de formation d'APF sur le genre dans les chaînes de valeur en Ouganda (2012). A. Lentink de Triodos Facet a finalisé l'élaboration de cet outil.

Exemple 1: Chaîne de valeur de la patate douce à chair orange (PDCO)

Les exemples fournis ci-dessous sont tirés d'un atelier de travail régional sur « le genre dans les chaînes de valeur et la planification de développement d'entreprise », organisé par le CIP (Le Centre International de la Pomme de terre) à Entebbe, Ouganda, en avril 2013. L'atelier a été organisé dans le cadre du projet « Améliorer les technologies dans le domaine de la patate douce à chair orange (PDCO) en utilisant le système d'innovation agricole (SIA) ».

Les exemples de processeurs de tubercules frais proviennent du nord de l'Ouganda et de la Tanzanie.

Figure 24: Contraintes basées sur le genre par acteur et activité dans la chaîne de valeur de la patate douce, nord Ouganda (source: Terrillon, 2013).

Description des acteurs	Description des activités pour chaque étape de la chaîne de commercialisation	Responsabilités/rôles et niveau d'implication, par genre		Quelles sont les contraintes rencontrées limitant l'accès aux ressources et le contrôle de celles-ci concernant l'activité menée, par genre?	
		Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
Approvisionnement d'intrants					
Non avenant durant l'atelier de travail					
Production – Patate douce à chair orange (PDCO)					
Petits producteurs	Sélection du site	XX	X		Accès aux terres
	Préparation des terres	X	XX		
	Ensemencement		XXX		Accès au fumier
	Désherbage		XXX		
	Récolte		XX		
Traitement					
Processeurs et vendeurs des rues	Préparation et vente des beignets de PDCO sur le marché		XXX		1. Difficultés d'achat de tubercules frais en raison des prix élevés liés à l'irrégularité de l'approvisionnement. 2. Accéder à de l'équipement adéquat et abordable pour la préparation des beignets.
Pâtisseries (entreprise privée)	Réduction des flocons en farine et utilisation de celle-ci pour faire du pain	XXX	X	1. Difficultés d'obtention de quantités suffisantes de tubercules frais.	

Figure 25: Actions potentielles permettant de faire face aux contraintes liées au genre au sein de la chaîne de valeur de la patate douce, Ouganda (source: Terrillon, 2013).

Contrainte(s) liée(s) au genre	Conséquences	Causes/facteurs à l'origine des contraintes liées au genre	Actions permettant de faire face aux contraintes liées au genre
Approvisionnement d'intrants			
Non avenant durant l'atelier de travail			
Production			
Les productrices de tubercules frais font face à des difficultés dans: 1. L'accès aux terres 2. L'accès au fumier	Le manque d'accès aux terres et au fumier par les productrices affecte la production et l'approvisionnement d'autres acteurs au long de la chaîne.	En raison de normes culturelles, les hommes sont les principaux décideurs concernant l'utilisation des ressources telles que les terres. Les hommes préfèrent consacrer les terres pour ce qu'ils considèrent comme des cultures commerciales, tel le café ou l'ananas. Il existe une compétition pour l'utilisation du fumier dans l'exploitation des cultures alimentaires/vivrières. Ce sont généralement les hommes qui décident de l'utilisation du fumier. Lorsque celui-ci n'est pas disponible au niveau du ménage, il faut l'acheter et les femmes ne disposent pas nécessairement des ressources financières permettant de l'acquérir.	1. Mener des campagnes de sensibilisation/communication dans le but de changer les comportements, d'acquérir le soutien des hommes et de mener à la reconnaissance de la PDCO en tant que culture commerciale. 2. Relier les transformatrices aux institutions financières offrant des produits et services répondant aux besoins spécifiques des femmes. 3. Organiser les femmes en groupes de productrices afin de faciliter l'accès collectif aux terres et aux ressources.
Transformation			
Les transformatrices/vendeuses de rue éprouvent des difficultés à: 1. Acheter des tubercules frais en raison des prix élevés découlant de l'approvisionnement irrégulier. 2. Accéder à de l'équipement adéquat et abordable permettant de préparer les beignets.	1. Elles sont incapables de produire suffisamment pour répondre à la demande et sont limitées à des «ventes réduites». 2. Un équipement inadéquat de traitement des tubercules frais affecte la qualité de la farine/des beignets.	1. Un approvisionnement irrégulier dû aux contraintes affectant la production. 2. La capacité limitée des transformatrices à accéder à des services et produits financiers répondant à leurs besoins par le biais d'institutions financières.	1. Relier les transformateurs à des groupes de producteurs (féminins) de tubercules frais dans le but d'instaurer un approvisionnement régulier. 2. Relier les transformatrices à des institutions financières offrant des produits et services répondant aux besoins spécifiques des femmes 3. Relier les transformatrices à un pâtissier qui pourrait louer son équipement.

Exemple 2: Rôles des femmes et des hommes au sein de la chaîne de valeur du miel de Somoto, Nicaragua

Figure 26: Rôles des femmes et des hommes au sein de la chaîne de valeur du miel de Somoto, Nicaragua (source: Las Abejas, 2010)

Etape de la chaîne de valeur	Activité	Femmes	Hommes
Production	Inspection des ruches	X	X
	Transhumance	X	X
	Nutrition	X	X
	Contrôle des maladies	X	X
	Location de terres		X
	Préparation du matériel		X
	Récolte du miel	X	X
	Fonte de la cire	X	X
	Reproduction des ruches		X
	Remplacement du matériel	X	X
	Vente du miel	X	X
	Changement de la reine		X
	Remplacement des ruches		X
Etape de la chaîne de valeur	Activité	Femmes	Hommes
Collecte et transformation	Réception du miel		X
	Mise au repos du miel	X	X
	Mise en bouteille du miel	X	X
	Etiquetage des bouteilles	X	X
	Entreposage du miel	X	X

Outil 3.3b Formulation des contraintes liées au genre et évaluation de leurs conséquences

De USAID

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil aide à distinguer les domaines d'inégalités qui entravent le fonctionnement efficace de la chaîne de valeur. Il permet d'identifier des conditions mesurables de l'inégalité entre les genres et par conséquent les facteurs causant les disparités entre les genres. Les constats sur les contraintes liées au genre (CLG) formulent les relations causales entre ces facteurs et conditions. Les constats sur les CLG peuvent servir de fondement pour la formulation des actions de développement d'une chaîne de valeur offrant des opportunités égales entre les genres.



Après l'identification des contraintes liées au genre (CLG), cet outil offre un aperçu de la façon dont ces CLG peuvent aller à l'encontre de la réalisation des objectifs de votre projet ou programme de développement. Des hypothèses sont formulées au sujet des conséquences qu'entraînent les contraintes liées au genre à la fois sur l'efficacité et la compétitivité de la chaîne de valeur et sur l'autonomisation économique des femmes, ce qui aide à établir des priorités et à aborder ces CLG.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu des facteurs à l'origine des conditions des inégalités entre les genres.
- Les constats sur les contraintes liées au genre servent de fondement pour la formulation d'actions visant à lever ces contraintes.
- Un aperçu de la façon dont des CLG particulières peuvent compromettre l'atteinte des objectifs de votre programme.
- Un aperçu des CLG les plus importantes à aborder.

Qui applique cet outil et pour qui?

Les professionnels du développement de chaînes de valeur utilisent ce cadre pour la collecte de données au cours du processus de développement d'une stratégie de projet. Les données peuvent être récoltées sous différentes formes et selon des méthodes variées, par ex. des études documentaires, du travail sur le terrain et des discussions de groupes de réflexion.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Identifier les conditions mesurables des inégalités (en relation avec la perception du genre d'une société).

Les inégalités mesurables sont révélées par la collecte de données ventilées par sexe.
Exemple: des femmes écartées de l'adhésion à part entière au sein d'une association horticole.

Etape 2 Identifier les facteurs à l'origine des disparités entre les genres.

Rechercher les causes d'inégalité. Tenter de découvrir des facteurs clairs à prendre en compte pour réduire les inégalités.

Exemple: les femmes ne détiennent pas de titres de propriété (elles ne peuvent par conséquent pas devenir membres à part entière des associations de producteurs laitiers).

Etape 3 Formuler des constats sur les contraintes liées aux genres (ClG)

Formuler une hypothèse sur les causes et effets; les constats sur les contraintes. Chaque constat sur les ClG est constitué de trois parties: (1) il indique qui est affecté, (2) il identifie quel résultat fait l'objet de limitations (la condition); (3) il offre un moyen de cerner la cause de cette limitation (le facteur).

Exemple

Les femmes (1) sont souvent entravées dans l'amélioration de la qualité et de la quantité générale des cultures horticoles, en raison de leur manque d'accès aux services offerts par les associations de producteurs (2) et à cause des exigences posées par l'adhésion à celles-ci dans le domaine de la propriété foncière (3).

Le diagramme repris ci-dessous peut être utilisé pour formuler la contrainte liée au genre.

Figure 27: Modèle de diagramme de la formulation de la contrainte liée au genre (source: USAID, 2009)

Qui (1)	Condition de la disparité (2)	Facteur(s) causant la condition (3)

Dans la pratique, les conditions des disparités et les contraintes liées au genre sont souvent causées par des facteurs multiples et il existe, au sein d'une même chaîne de valeur, différents types de contraintes liées au genre. Il est essentiel de prioriser les facteurs et de déterminer quels sont ceux qu'il est le plus important d'aborder dans le cadre d'une intervention. Il peut s'avérer utile de simplifier exagérément l'hypothèse des causes et des effets afin de mettre sur pied un processus pratique pouvant être appliqué sur le terrain.

Le diagramme suivant peut être utilisé pour établir les différents types (dimensions) de contraintes émanant de conditions de disparités variées ayant été observées, ainsi que les facteurs se trouvant à leur origine.

Figure 28: Modèle de diagramme des différents types de contraintes (source: USAID, 2009)

Dimension	Conditions d'inégalité observées et mesurables	Facteurs menant aux inégalités entre les genres observées	Constat de ClG
Pratiques et participation			
Accès aux actifs			
Croyances et perceptions			
Lois, politiques, et institutions			

Exemple

Exemple de diagramme déjà complété pour la formulation d'une contrainte liée au genre:

Figure 29: Diagramme de formulation de la contrainte liée au genre (source: USAID, 2009)

Qui (1)	Condition de la disparité (2)	Facteur(s) causant la condition (3)
Les femmes	Sont entravées lorsqu'il s'agit de consacrer davantage de temps à la production horticole répondant aux besoins du marché.	Parce que: · elles ne disposent pas de moyens de transport leur permettant de voyager rapidement entre leurs fermes et leurs foyers (manque d'accès au transport), et · elles sont attendues à la maison pour préparer le repas quotidien du soir (attente sociale).
Les femmes	Sont écartées de la possibilité de devenir membres à part entière de l'association de producteurs laitiers, basée sur la propriété foncière, et ne sont par conséquent pas entièrement rétribuées pour le lait qu'elles fournissent.	Parce que: · elles ne détiennent pas de titres de propriété (accès inégal aux actifs)

Exemple de diagramme déjà complété des différentes dimensions des disparités entre les genres:

Figure 30: Modèle de diagramme des différents types de contraintes (source: USAID, 2009)

Dimension	Conditions d'inégalité observées et mesurables	Facteurs menant aux inégalités entre les genres observées	Constat de CIG
Pratiques et participation	Comparativement aux hommes, les femmes disposent de moins de temps discrétionnaire.	Les femmes s'occupent à la fois des tâches ménagères et agricoles. Les femmes sont disproportionnellement responsables du travail ménager.	Les femmes sont souvent limitées au niveau de l'amélioration de la productivité à la ferme en raison du manque de temps disponible résultant de leurs responsabilités ménagères.
Accès aux actifs	Les femmes éprouvent de plus grandes difficultés à accéder au capital; elles souscrivent moins d'emprunts que les hommes. Les femmes possèdent moins et de plus petites parcelles agricoles que les hommes, même si les lois foncières permettent aux hommes et aux femmes d'hériter à part	Maris et femmes doivent cosigner les emprunts, toutefois, les maris sont moins enclins à signer pour leurs femmes que les femmes pour leurs maris. Les titres fonciers agricoles sont typiquement enregistrés au nom des hommes. Les lois reconnaissant l'égalité des droits en matière d'héritage	Les femmes sont souvent entravées dans leur accès au capital financier en raison de l'absence de propriété d'actifs pouvant servir de garantie. Les femmes sont souvent entravées dans l'amélioration de la qualité et de la quantité générale des cultures horticoles en raison de leur

	<p>égale.</p> <p>L'adhésion aux associations de producteurs est basée sur la propriété foncière; moins de femmes que d'hommes sont des membres inscrits.</p>	<p>ne sont pas mises en œuvre en pratique et les femmes n'héritent pas équitablement des actifs familiaux comparativement à leurs frères.</p> <p>Les associations de producteurs n'acceptent pas les actifs non fonciers parmi leurs critères d'adhésion.</p>	<p>manque d'accès aux services offerts par les associations de producteurs et à cause des exigences posées par l'adhésion à celles-ci dans le domaine de la propriété foncière.</p>
Croyances et perceptions	<p>On peut observer que les femmes occupent moins de postes techniques ou de gestion que les hommes. Les filles constituent également une faible proportion des étudiants en science et technologie agricole dans les écoles secondaires.</p>	<p>A la fois hommes et femmes expriment des réserves par rapport au fait de confier aux femmes des postes impliquant la supervision d'hommes. Ces stéréotypes nuisent même aux femmes titulaires de diplômes et d'excellentes qualifications.</p>	<p>Les femmes sont souvent écartées des postes de cadres supérieurs ou des positions techniques au sein des firmes de transformation en raison d'attitudes sociales discriminatoires envers leur emploi et leur aptitude à diriger des hommes.</p>
Lois, politiques, et institutions	<p>Les femmes ne peuvent pas travailler dans des usines de transformation horticoles de nuit.</p>	<p>Les lois du travail restreignent le travail de nuit des femmes.</p> <p>Les lois du travail restreignent la charge que les femmes sont autorisées à porter.</p>	<p>Les femmes font l'objet de restrictions au niveau du nombre d'heures et des types de travaux qu'elles peuvent effectuer en raison de législations discriminatoires.</p>

Étape 4 Formulation d'hypothèses concernant les conséquences des CIG

Répondez aux questions suivantes:

- Quelles sont les conséquences des contraintes liées au genre sur:
 - l'atteinte des objectifs du projet?
 - le soutien de l'avancement économique des femmes?
 - la construction de chaînes de valeur efficaces et concurrentielles?

La feuille de travail présentée ci-dessous peut être utilisée pour formuler les conséquences survenant dans les trois domaines différents (utilisez les colonnes 1-4 pour l'étape 4)

Figure 31: Conséquences et priorités des CIG (source: USAID, 2009)

Contraintes liées au genre	Quelles sont les conséquences de cette contrainte sur:			Priorité dans les contraintes
	Les objectifs du projet	L'avancement économique des femmes	Des chaînes de valeur efficaces et concurrentielles	

Etape 5 Etablir les priorités parmi les contraintes

Les conséquences hypothétiques qui ont été déterminées peuvent aider à définir quelles sont les CIG ayant le potentiel d'affecter le programme négativement. Afin d'identifier quelles sont les questions qu'il est le plus important d'aborder, il faut établir des priorités parmi les CIG (utilisez la colonne 5 à cet effet).

Ces priorités dépendront d'une variété de facteurs tels que l'échéancier du projet, le budget, les objectifs à court et à long terme. En outre, il faut aussi prendre en compte les effets découlant du fait d'aborder les contraintes; il peut s'avérer nécessaire d'accorder une plus grande priorité aux activités impliquant des retombées plus importantes.

Il est préférable de se concentrer sur une petite sélection de contraintes, parce que les CIG ont souvent plusieurs causes; des stratégies variées seront alors utiles pour aborder ces contraintes.

Exemple: Les conséquences des contraintes liées au genre pour les femmes d'un projet sur une chaîne de valeur horticole

Point de départ: Les CIG et les facteurs qui en sont la cause

Figure 32: Formulation des CIG et des facteurs (source: USAID, 2009)

Qui (1)	Condition de la disparité (2)	Facteur(s) causant la condition (3)
Les femmes	Sont entravées lorsqu'il s'agit de consacrer davantage de temps à la production horticole répondant aux besoins du marché.	Parce que: -elles ne disposent pas de moyens de transport leur permettant de voyager rapidement entre leurs fermes et leurs foyers (manque d'accès au transport), et -elles sont attendues à la maison pour préparer le repas quotidien du soir (attente sociale).

Etape 4 & 5

Figure 33: Conséquences et priorités des CIG (source: USAID, 2009)

Contraintes liées au genre	Quelles sont les conséquences de cette contrainte sur:			Priorité dans les contraintes
	Les objectifs du projet	L'avancement économique des femmes	Des chaînes de valeur efficaces et concurrentielles	
Les femmes sont souvent entravées dans l'amélioration de	Augmenter la productivité des produits horticoles	La contrainte maintient les femmes dans cette position de statu quo	Le manque d'accès des femmes aux services de soutien et à	1

<p>la qualité et de la quantité générale des cultures horticoles en raison de leur manque d'accès aux services offerts par les associations de producteurs et à cause des exigences posées par l'adhésion à celles-ci dans le domaine de la propriété foncière.</p>	<p>ciblés: si les femmes ne bénéficient pas de conseils appropriés sur la production de cultures, le projet passera à côté d'opportunités d'accroissement de la productivité.</p> <p>Renforcer les associations de producteurs: Etant donné que les grosses associations sont fondées sur des principes démocratiques, les associations de producteurs fondées sur des critères excluant des producteurs capables créent des intérêts particuliers au sein de la communauté.</p>	<p>de producteurs aux faibles ressources, manquant des opportunités de bénéficier des efforts de mise en commun des ressources ainsi que de partage de l'information, des services et intrants.</p> <p>Les opportunités d'appuyer l'autonomisation des femmes en augmentant leur capital social et politique sont également négligées.</p>	<p>l'information susceptible d'accroître la quantité et la qualité des cultures nuit aux efforts d'amélioration de la production. Cela entrave également les efforts de soutien de production de cultures de qualité auprès d'acheteurs, affaiblissant ainsi les liens verticaux développés le long de la chaîne.</p> <p>Les associations acceptant leurs membres sur la base de leurs actifs par opposition à leur aptitude à coopérer pour répondre à la demande de l'acheteur sont moins solides et ignorent le potentiel de différents types de producteurs à contribuer à des chaînes de valeurs efficaces.</p>	
<p>Les femmes sont souvent limitées au niveau de l'amélioration de la productivité à la ferme en raison de leur manque de temps disponible résultant de leurs responsabilités ménagères.</p>	<p>Les contraintes liées au temps affecteront le temps disponible pour le travail à la ferme, les formations ou les foires de producteurs, réduisant ainsi les opportunités des femmes à participer à de nombreuses activités du projet ainsi qu'à bénéficier de celles-ci.</p>	<p>A mesure qu'augmentent les exigences en matière de travail à la ferme pour les femmes, celles-ci risquent de souffrir davantage encore en termes de diminution du temps disponible.</p>	<p>Les contraintes liées au temps qui empiètent sur le travail des femmes à la ferme ou créent un risque accru pour leur santé, réduisant leur productivité, pourraient réduire le flux de biens au sein de la chaîne de valeur.</p>	2
<p>Les femmes sont souvent entravées dans leur accès au capital financier en raison de l'absence de propriété d'actifs</p>		<p>Les femmes éprouveront plus de difficultés à s'engager dans des activités économiques qui requièrent de</p>	<p>Les chaînes de valeur manquent souvent de capitaux, ce qui limite les efforts d'amélioration.</p>	4

pouvant servir de garantie.		nouveaux capitaux (par ex. démarrer une entreprise, acquérir davantage de terres ou de machinerie lourde, engager des employés).		
Les femmes sont souvent écartées des postes de cadres supérieurs ou des positions techniques au sein des firmes de transformation en raison d'attitudes sociales discriminatoires envers leur emploi et leur aptitude à diriger des hommes.	Accroître l'emploi dans la production et la transformation horticoles: les gains d'emplois obtenus grâce à l'activité du projet, lorsque ventilés par sexe et par occupation, ne reflèteront aucun changement dans le statut relatif des hommes et des femmes.	Les attitudes discriminatoires persistantes envers les femmes restreignent leurs opportunités d'emploi et constituent des barrières à la réalisation de l'autonomisation économique.	La segmentation professionnelle réduit l'efficacité et la compétitivité générales des chaînes de valeur en ne profitant pas pleinement du potentiel des femmes qualifiées.	3

Les CIg ont été priorisées comme suit:

1. Les femmes sont souvent entravées dans l'amélioration de la qualité et de la quantité générale des cultures horticoles en raison de leur manque d'accès aux services offerts par les associations de producteurs et à cause des exigences posées par l'adhésion à celles-ci dans le domaine de la propriété foncière.
2. Les femmes sont souvent limitées au niveau de l'amélioration de la productivité à la ferme en raison du manque de temps disponible résultant de leurs responsabilités ménagères.
3. Les femmes sont souvent écartées des postes de cadres supérieurs ou des positions techniques au sein des firmes de transformation en raison d'attitudes sociales discriminatoires envers leur emploi et leur aptitude à diriger des hommes.
4. Les femmes sont souvent entravées dans leur accès au capital financier en raison de l'absence de propriété d'actifs pouvant servir de garantie.

Voici les raisons justifiant les priorités en matière de CIg:

Le personnel du projet a jugé important d'établir comme priorité qu'à la fois hommes et femmes aient accès aux services permettant d'améliorer la quantité et la qualité de leurs cultures. Les gains à long terme réalisés en surmontant cette CIg renforceront à la fois les liens horizontaux et verticaux et pourraient mener à une meilleure relation entre l'acheteur et l'association de producteurs.

Ensuite, le personnel s'est penché sur le manque de temps des femmes car le fait d'identifier des moyens de réduire le temps consacré par les femmes à leurs ménages pourrait contribuer à leur avancement économique en permettant à celles-ci de s'adonner à des activités productives. Ceci leur permettrait de participer aux activités du programme et de bénéficier de celles-ci ainsi que d'augmenter potentiellement la productivité à la ferme.

Les données concernant l'emploi n'ayant pas été ventilées par sexe, il n'était pas clair pour le personnel du projet si les attitudes discriminatoires contribuaient à la segmentation des emplois selon le sexe. Toutefois, ils ont reconnu qu'afin de soutenir l'autonomisation économique des femmes et de répondre aux exigences des politiques en matière d'égalité entre les genres, il fallait qu'ils garantissent que le projet ne favorise pas les pratiques discriminatoires. En outre, le personnel était d'avis que le fait d'encourager les firmes à respecter l'égalité des genres sur le lieu de travail était susceptible d'attirer des acheteurs ciblant des consommateurs intéressés par les origines de leurs produits.

Et finalement, parce que le personnel facilitait les liens du marché avec des acheteurs susceptibles d'intégrer le crédit ainsi que d'autres services dans leurs contrats avec les associations de producteurs, le projet a considéré le fait de faire face au manque d'accès au crédit par les femmes comme étant la moins urgente des priorités.

Remerciements

USAID, 2009, Promoting gender equitable opportunities in agricultural value chains: a handbook. USAID (2009) 'Promouvoir des opportunités équitables entre les genres dans les chaînes de valeur agricoles: un manuel'. Cette publication a été soumise pour révision par l'Agence Américaine pour le Développement International. Elle a été préparée pour le Development and Training Services, Inc. (dTS) par Deborah Rubin (Cultural Practice LLC), Cristina Manfre et Kara Nichols Barrett (dTS), pp 90-99.

Outils 3.3c Agir afin d'éliminer les contraintes liées au genre

De USAID

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil aide à réfléchir à la problématique et à établir des priorités concernant les actions possibles permettant d'éliminer les contraintes liées au genre afin de construire une chaîne de valeur compétitive et rentable offrant des opportunités égales aux hommes et aux femmes. Il est nécessaire d'avoir établi explicitement la contrainte liée au genre (outil 4.3a) et d'avoir de préférence identifié les conséquences de ces contraintes sur votre programme ou intervention (outil 4.3b).

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- La séparation des différents facteurs à l'origine des contraintes liées au genre afin d'identifier les différents domaines d'action dans le but d'aborder les contraintes.
- Une réflexion sur les actions possibles permettant d'aborder les différents facteurs occasionnant une contrainte liée au genre et par conséquent l'accroissement de la rentabilité/efficacité d'une chaîne de valeur ainsi que de l'autonomisation économique des femmes.
- L'établissement de priorités entre les actions afin d'aborder les contraintes liées au genre et par conséquent accroître la rentabilité/efficacité d'une chaîne de valeur ainsi que l'autonomisation économique des femmes.

Qui applique l'outil et pour qui?

Les responsables du développement de chaînes de valeur.

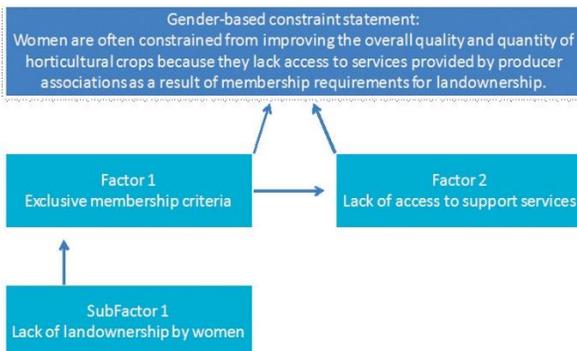
Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Faire l'inventaire des contraintes liées au genre

Les CIg résultent souvent de facteurs multiples (se manifestant souvent en cascade), comme exposé dans le constat des CIg. L'arbre d'analyse des contraintes (voir figure ci-dessous) aide à préciser clairement ces différents facteurs ainsi que les relations existant entre eux. Il est important de séparer les facteurs car ils font référence à différentes dimensions de la contrainte liée au genre et peuvent par conséquent requérir d'aborder différents domaines d'action.

Figure 34: Identification des différents domaines d'action (source: USAID, 2009)

FIGURE: IDENTIFYING DIFFERENT AREAS OF ACTIONS



Traduction de la figure 32: Identification des différents domaines d'action

Constat de la contrainte liée au genre:

Les femmes sont souvent entravées dans l'amélioration de la qualité et quantité générale des cultures horticoles en raison de leur manque d'accès aux services offerts par les associations de producteurs et à cause des exigences posées par l'adhésion à celles-ci dans le domaine de la propriété foncière.

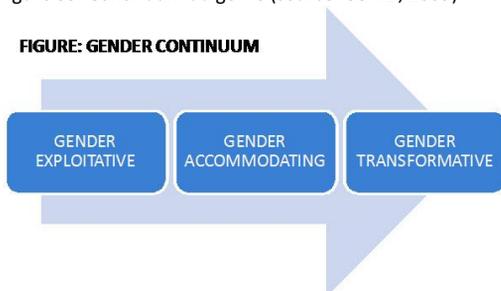
Facteur 1 Critères d'adhésion exclusifs Facteur 2 Accès limité aux services de soutien Sous-facteur 1

Propriété foncière des femmes insuffisante

Etape 2 Identification des actions

On peut utiliser le continuum du genre pour établir les priorités et développer des interventions pour le développement des chaînes de valeur (pour de plus amples explications, voir figure et encadré ci-dessous).

Figure 35: Continuum du genre (source: USAID, 2009)



Traduction de la figure 33: Exploitation des inégalités entre les genres/Ajustement des inégalités entre les genres/Transformation des inégalités entre les genres.

Le continuum est constitué de trois grandes catégories de stratégies d'intégration du genre: (1) Exploitation des inégalités entre les genres, (2) Ajustement des inégalités entre les genres, (3) Transformation des inégalités entre les genres. L'objectif est d'évoluer vers des stratégies de transformation des inégalités entre les genres.

Figure 36: Continuum du genre: stratégies d'intégration de la question du genre (source: USAID, 2009)

Le continuum du genre: stratégies d'intégration de la question du genre

L'exploitation des inégalités entre les genres fait référence aux projets manipulant ou abusant intentionnellement de la connaissance d'inégalités ainsi que de stéréotypes existant entre les genres à des fins économiques. Cette approche renforce les déséquilibres de pouvoir dans les relations entre les femmes et les hommes et renforce éventuellement les inégalités existantes.

L'ajustement des inégalités entre les genres fait référence aux projets qui reconnaissent les iniquités au niveau des relations entre les genres et cherchent à développer des actions s'ajustant aux différences et iniquités entre les genres, et compensant souvent celles-ci, sans toutefois faire face aux structures sous-jacentes perpétuant ces inégalités. Alors que cette approche prend en considération les différents rôles et identités des femmes et des hommes dans le développement de programmes, elle ne met pas délibérément au défi les relations de pouvoir inégales. Il est possible que, tout au long du processus d'accomplissement des objectifs de développement souhaités, les projets adoptant cette approche manquent des opportunités d'amélioration de l'égalité entre les genres.

La transformation des inégalités entre les genres fait référence à une approche incitant explicitement à la fois les femmes et les hommes à examiner, questionner et faire changer ces institutions et normes qui renforcent les inégalités entre les genres et, de ce fait, atteint à la fois les objectifs de croissance économique et d'égalité entre

Recommandations au sujet du processus

Lors du développement des actions spécifiques destinées à aborder des contraintes liées au genre, les professionnels du développement doivent prendre en considération le champ d'application et les ressources de leur programme spécifique. Là où des programmes peuvent être limités dans leur aptitude à agir directement sur l'élimination de facteurs particuliers, d'autres acteurs de la chaîne de valeur ou des programmes financés par des bailleurs de fonds peuvent être impliqués afin de collaborer au niveau de tâches spécifiques.

Consignes pour l'identification d'actions

1. Soyez créatif et innovateur.
2. Privilégiez des solutions stratégiques et axées sur le marché.
3. Recherchez des stratégies de transformation et de renforcement mutuels.
4. Impliquez à la fois hommes et femmes.

La feuille de travail ci-dessous peut être utilisée pour formuler les actions permettant de faire face aux contraintes liées au genre. Il existe une multitude d'opportunités d'actions pour chaque contrainte et facteur responsable.

Figure 37: Formuler les actions permettant de faire face aux contraintes liées au genre (source: USAID, 2009)

Etablissez la liste des contraintes liées au genre les plus importantes pour le programme	Facteurs contribuant à la contrainte	Quelles sont les actions qui pourraient aborder les contraintes de manière à parvenir à des résultats plus équitables?
1.	1.	1.
	2.	1.
		2.
	3.	1.
		2.
		3.
2.	1.	1.

Exemple

La feuille de travail reprise ci-dessous fournit des exemples de quelques actions possibles permettant d'aborder les contraintes liées au genre au sein de la chaîne de valeur horticole (le même exemple que celui de l'outil 3.3b).

Un des objectifs de ce programme est de renforcer les associations de commerçants et de producteurs; conduire une stratégie d'accroissement de la productivité par l'intermédiaire d'une association représentant plus efficacement l'ensemble des producteurs constitue probablement la méthode la plus appropriée (la première contrainte liée au genre du tableau). Cette stratégie

contribue également au développement de la capacité d’agir et de la capacité d’expression des femmes grâce à leur participation au sein de l’association.

Cependant, il est possible qu’un autre projet envisage des stratégies d’élimination des CIG par l’intermédiaire du secteur privé. Un modèle d’agent commercial rural pourrait permettre de surmonter les défis auxquels font face les femmes dans le domaine de l’accès aux biens et aux services, par l’intermédiaire d’associations de producteurs, en déplaçant la responsabilité du regroupement et de la livraison des commandes vers les fournisseurs d’intrants, via des agents commerciaux. Dans un contexte où les agents commerciaux sont formés à cibler les femmes en tant que clientes, ceci pourrait aider les femmes à acquérir l’accès aux intrants.

Figure 38: Formuler les actions permettant de faire face aux contraintes liées au genre (source: USAID, 2009)

Établissez la liste des contraintes liées au genre les plus importantes pour le programme	Facteurs contribuant à la contrainte	Quelles sont les actions qui pourraient aborder les contraintes de manière à parvenir à des résultats plus équitables?
Les femmes sont souvent entravées dans l’amélioration de la qualité et quantité générale des cultures horticoles en raison de leur manque d’accès aux services offerts par les associations de producteurs et à cause des exigences posées par l’adhésion à celles-ci dans le domaine de la propriété foncière.	Critère de l’exclusivité de l’admission.	Encourager un changement au niveau des critères d’admission, par ex., un système d’admission gradué basé sur la qualité et la quantité croissante des produits livrés à l’association.
	Manque d’accès aux services de soutien.	Développement de systèmes de prestation de services alternatifs destinés aux membres non producteurs d’associations (par ex., agents commerciaux ruraux). Changer les règlements des associations afin de permettre aux membres non producteurs de participer aux formations et d’accéder aux bénéfices.
	Manque d’accès à la propriété foncière des femmes.	Sensibiliser aux droits à la propriété foncière. Militer pour une distribution équitable des terres. Soutenir une meilleure application de la législation existante.
Les femmes sont souvent limitées au niveau de l’amélioration de la productivité à la ferme en raison de leur manque de temps disponible résultant de leurs responsabilités ménagères.	Responsabilités ménagères des femmes	Identifier les technologies réduisant le travail manuel afin de réduire le temps consacré par les femmes aux responsabilités ménagères.
	Perceptions sociales reliant les responsabilités ménagères au travail des femmes.	Considérer la famille comme une entreprise agricole.
		Aborder la distribution du temps/des tâches liés au travail ménager au sein d’ateliers de travail sur l’entreprise familiale.

Les femmes sont souvent entravées dans leur accès au capital financier en raison de l'absence de propriété d'actifs pouvant servir de garantie.	Systèmes de prêt basés sur la garantie.	Travailler avec des institutions de prêts afin de développer des instruments de prêts d'entreprise favorables aux femmes et aux pauvres.
	Perceptions sociales concernant les capacités des femmes.	Militer pour un cadre législatif permettant les actifs non fonciers dans le domaine de l'allocation de prêts.
		Créer des campagnes de sensibilisation promouvant le leadership des femmes dans les entreprises.
Les femmes sont souvent écartées des postes de cadres supérieurs ou des positions techniques au sein des firmes de transformation en raison d'attitudes sociales discriminatoires envers leur emploi et leur aptitude à diriger des hommes.		Encourager les firmes à adopter des pratiques et politiques respectueuses de l'égalité entre les genres (par ex., recrutement non discriminatoire, formations en relations du travail respectueuses de l'égalité entre les genres).

Remerciements

USAID, 2009, Promoting gender equitable opportunities in agricultural value chains: a handbook.

USAID (2009) 'Promouvoir des opportunités équitable entre les genres dans les chaînes de valeur agricoles: un manuel'. Cette publication a été soumise pour révision par l'Agence Américaine pour le Développement International. Elle a été préparée pour le Development and Training Services, Inc. (dTS) par Deborah Rubin (Cultural Practice LLC), Cristina Manfre et Kara Nichols Barrett (dTS), p. 101-106.

4. Stratégies d'Intervention

4.1 Ménages

Outil 4.1a Système d'apprentissage sexospécifique dans l'action (GALS) - stade 1: l'arbre des rêves du diamant

De Mayoux, Oxfam Novib

Qui utilise cet outil?

Les discussions autour de la question de l'égalité entre les genres constituent souvent un processus sensible, faisant naître des sentiments très forts à la fois chez les femmes et chez les hommes au sein de la communauté ou des organisations. Dans un premier temps, il est possible que les femmes aussi bien que les hommes nient l'existence d'inégalités entre les genres et/ou affirment que cette question n'a pas d'importance.

Le GALS est conçu comme un processus à long terme comportant trois stades fondamentaux. Le stade 1, «l'arbre des rêves du diamant», ouvre la discussion sur l'égalité entre les genres en particulier. Le stade 2, «avancer sur la route cahoteuse de la vie» utilise les résultats du GALS, stade 1, en tant qu'apport permettant de se concentrer sur l'apprentissage dans l'action des individus et des communautés dans le domaine de la planification de leurs vies ainsi que de leurs moyens de subsistance. Par la suite, le stade 3 mène à l'introduction de la question du genre dans les interventions économiques. Ces trois stades sont présentés clairement dans l'annexe 1.

Ce premier stade du GALS guide le processus de visualisation et d'engagement envers l'action pour la justice entre les genres et prépare les communautés aux stades suivants de l'action dans le domaine de l'égalité des genres. Les stades ultérieurs du GALS s'appuient sur la sensibilisation à la question du genre et à la propriété communautaire développées dans le stade 1 visant un processus systématique de changement planifié, de défense de l'égalité entre les genres et de développement des moyens de subsistance.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Une liste regroupant les priorités en matière de justice entre les genres en tenant compte du contexte culturel.
- Cette liste reflète l'engagement de la communauté pour le changement et le progrès, conformément aux objectifs de la Convention des Nations-Unies sur l'Élimination de toutes les formes de Discrimination à l'Égard des Femmes (CEDEF) et/ou des politiques nationales en matière d'égalité entre les genres.
- Une variété d'engagements individuels possibles pour agir, pouvant se concrétiser en étapes directes vers le changement.
- Un programme d'actions pour les communautés et les organisations.

Qui applique l'outil et pour qui?

Cet outil fournit aux professionnels du développement des lignes directrices pour des sessions participatives se déroulant au sein de communautés et rassemblant des femmes et des hommes. L'utilisation de graphiques et de symboles simples permet aux participants de visualiser et de comprendre clairement leurs situations ainsi que de recueillir des informations utiles.

Comment cela fonctionne-t-il?

Le stade 1 du GALS se concentre sur le développement d'un « diamant mère » de la justice entre les genres et, à partir de celui-ci, d'un arbre des actions. Nous expliquerons, dans le chapitre concernant cet outil, comment est réalisé le diamant de la justice entre les genres; pour les détails concernant la réalisation des arbres d'actions, veuillez consulter le manuel du GALS (pp 36-41).

Réalisation du diamant de la justice entre les genres

Etape 1 Diamants par groupe

L'activité peut être réalisée quel que soit le nombre de participants à l'événement. Ceux-ci sont divisés en groupes unisexes de 10-15 participants, accompagnés d'un animateur et d'un co-animateur ou d'une personne du même sexe que les participants, chargée de prendre des notes. Lorsqu'une participation mixte est possible, chaque membre se concentre sur son expérience personnelle, liée à son sexe:

- Les femmes analysent les aspects qu'elles apprécient ou non liés au fait d'être une femme.
- Les hommes analysent les aspects qu'ils apprécient ou non liés au fait d'être un homme.

Au sein de ce groupe de discussion, l'intérêt pour les aspirations individuelles se déplace lentement vers une discussion se centrant sur la justice et les rôles des genres. Les femmes doivent-elles supporter les nombreuses formes d'inégalité qui leur déplaisent; y a-t-il des aspects liés à la position des hommes que ceux-ci désirent changer, par ex. le fait de ne pas être en mesure de passer suffisamment de temps avec leurs enfants ou d'avoir trop de responsabilités au niveau de la prise de décision.

Etape 2 Le diamant mère

Ces discussions séparées en fonction du genre sont ensuite mises en commun et comparées au sein d'une séance commune de développement d'un « diamant mère » se concentrant sur « les inclinations et aversions qu'ont en commun les êtres humains », mais incluant aussi une analyse des différences et des inégalités entre les genres.

Chaque aspect de la vie est repris sur une carte. Chaque groupe de cartes est aligné horizontalement sur le diamant, le groupe des « meilleures » cartes rassemblant le plus de votes est placé au sommet du diamant et le groupe des cartes « les moins bonnes » rassemblant le moins de votes, à la base du diamant. Les cartes sont aussi disposées verticalement: elles sont placées dans les colonnes destinées aux femmes et aux hommes si les critères ne concernent que l'un des deux sexes; elles sont placées dans la colonne centrale s'ils pensent que les aspects de la vie concernent les deux sexes.

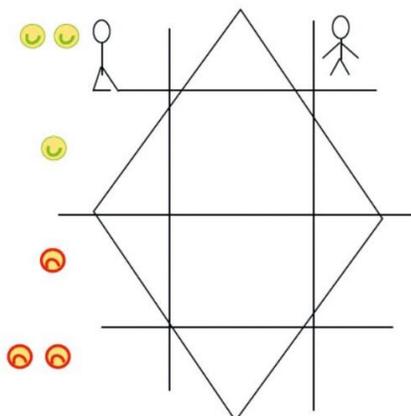


Figure 39: Modèle de diamant mère (source: Mayoux/Oxfam Novib, 2010)

Etape 3 Arbres des actions et du défi

Le diamant mère constitue la base du développement des arbres des actions et du défi. Cette session vise à :

- Aider les individus à analyser les raisons et les relations qui existent entre les différentes dimensions des défis sélectionnés. Ceci souligne le besoin de faire face à des questions pratiques de manière stratégique.
- Partager et échanger des idées visant à apporter des solutions au niveau des différentes dimensions des défis.
- Générer au moins trois «fruits-actions intelligents» par participant, représentant leur engagement à ouvrir la voie au changement, immédiatement après l'événement.
- Promouvoir le brassage et le partage des idées entre les différents participants et développer des compétences participatives ainsi que renforcer les compétences en dessin.

Pour les détails concernant la réalisation des arbres d'actions, veuillez consulter le manuel du GALS (pp 36-41).

Recommandations pour le processus

Les diamants de la justice entre les genres sont les plus efficaces pour catalyser le changement lorsqu'ils sont utilisés au sein d'ateliers de travail mixtes.

Il est très important que les diagrammes du stade 1 soient précieusement conservés afin de pouvoir les retrouver et les réutiliser. Les résultats du diamant de la justice entre les genres s'insèrent dans la vision des trajets à parcourir: stade 2 «avancer sur la route cahoteuse de la vie». On observe les arbres des actions et défis ainsi que l'arbre mère des rêves du diamant afin de déterminer si et comment les fruits de l'engagement à agir ont mûri et l'on prépare ensuite d'autres arbres ayant trait à d'autres questions et élargissant ainsi le processus de changement. Il peut aussi être utile de passer une courte vidéo au sujet du diamant et de l'arbre mère afin de diffuser les résultats et de rafraîchir les mémoires – ainsi qu'en tant qu'introduction divertissante au processus de la «route cahoteuse».

Exemples de vidéos

Le canal YouTube de WEMAN offre un certain nombre de vidéos, incluant des documentaires, sur l'autonomisation des femmes dans le domaine de la justice entre les genres dans l'Ouest de l'Ouganda; «cartographier la route du changement».

Figure 40: Exemples d'organisations de microfinance au Pakistan (source: Mayoux/Oxfam Novib, 2010)



La Figure 40 présente deux exemples de diamants du GALS issus d'organisations de microfinance au Pakistan. La figure de gauche montre que les femmes désiraient que les maisons soient enregistrées à leurs noms, être capables d'acheter leurs propres vêtements, posséder un téléphone portable afin de pouvoir garder le contact avec leurs filles mariées et leurs amis, ainsi que voyager (avion et téléphone portable, coin supérieur droit du dessin).

La figure de droite montre une femme étendue, morte, dans une tombe (dans le coin inférieur gauche) parce qu'elle a été assassinée ou s'est suicidée, ne pouvant plus supporter les violences dont elle était la victime; ses enfants pleurent autour de la défunte. Les femmes estimaient à 5 % le nombre d'entre elles dans la communauté dont on pensait qu'elles en étaient à ce niveau de désespoir. Dans le coin supérieur gauche, on retrouve la vision idéale des relations entre hommes et femmes au Pakistan. Ceci fait maintenant partie du logo du programme WEMAN.

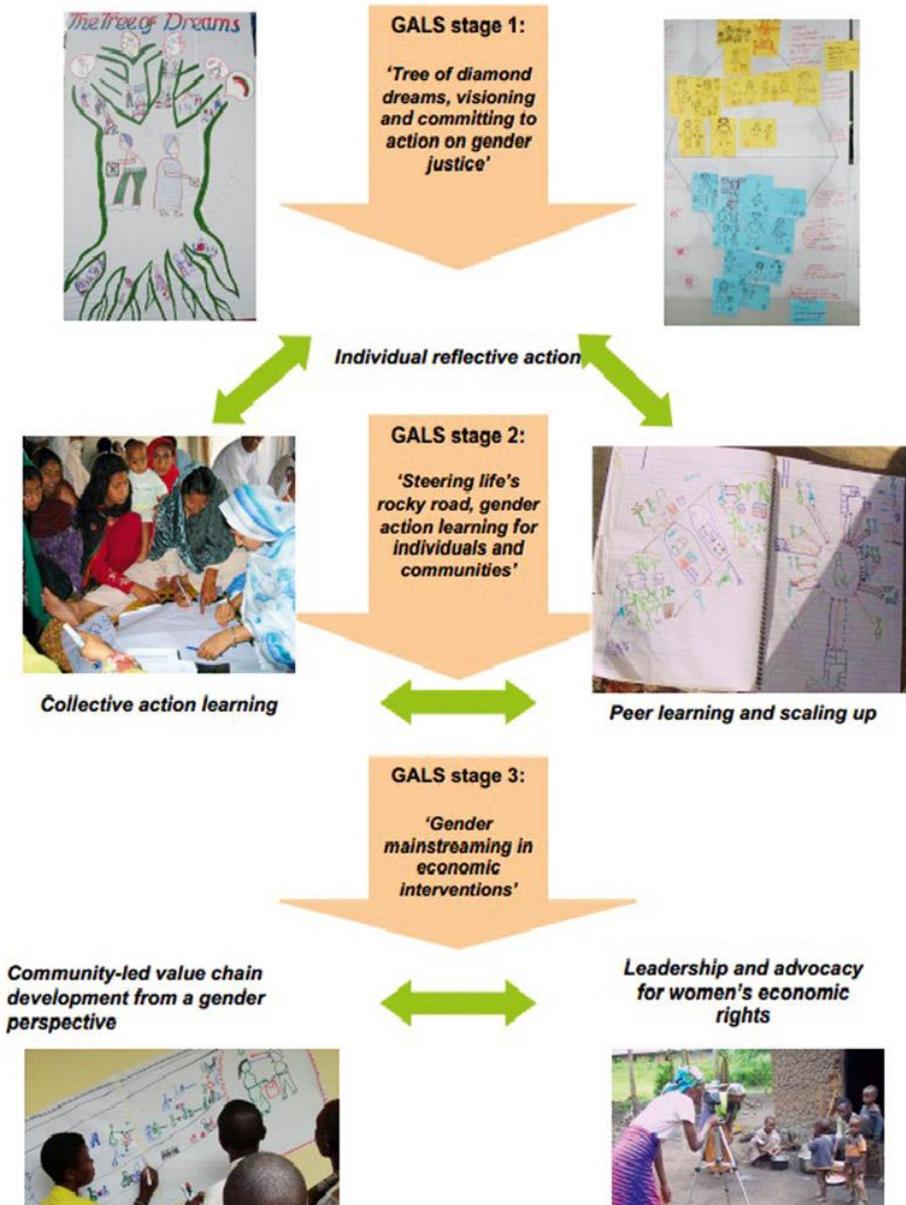
Les hommes ont également émis un désir de changement et de plus grande justice sociale. Ceux-ci souhaitaient avoir de meilleures relations avec leurs femmes et être en mesure de les emmener au cinéma, ainsi que de s'amuser au grand jour. Ils désirent également passer plus de temps avec leurs enfants et veulent que leurs filles aillent à l'école et disposent d'ordinateurs.

Remerciements

Mayoux, Linda, Oxfam Novib, 2010, Tree of diamond dreams, visioning and committing to action on gender justice Manual for field-testing and local adaptation GALS stage 1.

Ce manuel fait partie de la série de manuels dédiée à la méthodologie du système d'apprentissage sexospécifique dans l'action (GALS). Le GALS constitue une partie essentielle du programme 'Intégration de l'autonomisation des femmes et travail en réseau' (WEMAN) d'Oxfam Novib pour la justice entre les genres au sein d'interventions dans le domaine du développement économique, incluant le développement de marchés et de chaînes de valeur, les services financiers ainsi que les politiques économiques et la prise de décision. Le GALS est une méthodologie d'autonomisation dirigée par la communauté ayant pour objectif une «transformation économique, sociale et politique constructive» en matière de justice entre les genres.

Annexe 1 Outil 4.1a Aperçu des stades du GALS



Traduction:

GALS stade 1: «L'arbre des rêves du diamant, visualiser et s'engager à agir pour la justice entre les genres.»
Action réfléchi individuelle

GALS stade 2: «Avancer sur la route cahoteuse de la vie, apprentissage sexospécifique dans l'action pour individus et communautés.»

Apprentissage collectif dans l'action et Apprentissage par les pairs et renforcement

GALS stade 3: «Introduction du genre dans les interventions économiques.»

Développement de chaînes de valeur d'un point de vue sexospécifique, conduit par les communautés.

Leadership et plaidoyer en faveur des droits économiques des femmes.

Outil 4.1b Apprentissage sexospécifique dans l'action (GALS) stade 2: «Avancer sur la route cahoteuse de la vie.»

De Mayoux, Oxfam Novib

Pourquoi utiliser cet outil?

Au cours du stade 1 du GALS, les participants ont développé une idée claire de ce que signifie la justice entre les genres pour les femmes et pour les hommes. Ils s'engagent au changement et formulent certaines étapes vers des actions initiales allant dans le sens de ce changement. Avancer dans la vie requiert une vision claire, une prise de conscience de notre position actuelle, de la façon dont nous y sommes arrivés et de la façon d'avancer pas à pas afin de concrétiser notre vision. Le stade 2 du GALS aide les individus à avancer sur «la route cahoteuse de la vie», le voyage sur la route de l'autonomisation.

Le voyage vers l'autonomisation aborde, de manière générale, les objectifs de vie, incluant le développement personnel, «les familles heureuses» et les moyens de subsistance. Il souligne les interconnexions qui existent entre ces éléments au niveau individuel. La conclusion incontournable suggérée par la manière dont les outils sont agencés et se suivent est que la seule façon pour les femmes, les hommes et les enfants de progresser vers une réduction de la pauvreté est de lutter contre les inégalités inutiles existant entre les genres et qui contraignent non seulement les femmes, mais aussi les hommes et les enfants.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

Dans le stade 2 du GALS, les individus développent une vision jalonnée d'étapes SMART, analysent les opportunités et les contraintes, et observent les progrès réalisés au fil du temps en tant que processus d'apprentissage par l'action et de changement.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil fournit un ensemble de lignes directrices aux professionnels du développement, utilisables au cours de sessions participatives réunissant femmes et hommes au sein de communautés.

Comment cela fonctionne-t-il?

Le processus de La route cahoteuse comporte 6 stades:

Etape 1 Où voulons-nous aller? Ebauche de l'itinéraire du voyage vers l'autonomisation personnelle ainsi que des objectifs dans le temps concernant les «jalons».

Au cours de cette étape, les participants vont réaliser leur «voyage vers l'autonomisation». L'objectif est de permettre à ces personnes de réfléchir aux implications personnelles du diamant de la justice entre les genres du stade 1 du GALS. Cet exercice introduit l'idée du voyage vers l'autonomisation personnelle en tant qu'itinéraire de changement. Cela commence avec le rêve et la façon dont ils envisagent, à long terme, leurs conditions d'existence, «la famille heureuse», ainsi que le développement personnel, parce que c'est ce qui inspire les individus à démarrer et aussi à persévérer lorsque la vie est difficile. C'est ce qui renforce la foi dans les possibilités de changement, en identifiant dans le temps les jalons représentant ce que les individus pensent pouvoir accomplir au cours de la période de six à douze mois du stade 2.

Résultats de l'apprentissage: indicateurs présents et futurs concernant l'itinéraire vers l'autonomisation personnelle.

Résultats de l'action: une idée claire des changements qui se sont produits depuis l'Arbre des rêves du diamant (GALS stade 1), de ce qu'il reste à faire, ainsi que des idées de stratégies grâce aux échanges avec d'autres.

Étape 2 Comment en sommes-nous arrivés là? Itinéraire de réalisation.

Afin de pouvoir avancer, il est important de réaliser ce qui a été accompli dans le passé et comment en tirer certaines leçons. Dans la vie, il est important de toujours rester positif. Il faut être fier et croire en ce que nous avons accompli, plutôt que de penser constamment aux problèmes à venir. L'itinéraire de l'accomplissement trace le cheminement nécessaire à l'atteinte de la situation actuelle comme un itinéraire différent, comportant ses virages et tournants. Il se concentre particulièrement sur les changements ayant eu lieu depuis le stade 1 du GALS, l'arbre des rêves du diamant. Une partie essentielle de cette analyse est l'analyse des opportunités et contraintes rencontrées dans le passé.

Résultats de l'apprentissage: les opportunités et défis du passé, susceptibles de se reproduire à l'avenir, sont placés sur l'itinéraire d'autonomisation, en considérant leurs positions avec prudence et en faisant appel à des codes de couleur en fonction du genre, etc..

Résultats de l'action: Quand cela s'avère nécessaire, on trace un cercle autour des opportunités et des contraintes prévues à l'avenir, en tant que points d'action essentiels, et on les accompagne d'idées de stratégies issues d'échanges avec les autres.

Étape 3 Qu'est-ce qui pourrait nous aider ou nous empêcher de progresser? La carte des opportunités et défis.

Après avoir inspiré les participants, clarifié leurs visions et jalons et apprécié leurs accomplissements, il est possible pour ceux-ci d'analyser leur situation présente sans être trop déprimés. Dans le GALS, il est important de toujours débiter avec les éléments positifs avant de commencer à réfléchir posément et de manière constructive aux actions à entreprendre. Le fait d'encercler les opportunités et les défis ainsi que d'en établir la carte (à partir des diagrammes de Venn ou chapatti) permet d'aborder la question des relations, des ressources et des dynamiques de pouvoir au sein du ménage et de la communauté – et d'identifier les relations, ressources et organisations qui peuvent aider et celles qui doivent être changées.

Résultats de l'apprentissage: les conclusions concernant les opportunités et défis actuels sont placés sur l'itinéraire d'autonomisation afin de venir compléter celles de l'itinéraire d'accomplissement.

Résultats de l'action: les opportunités et contraintes, incluant celles du passé, sont placées en priorité, en tant que points d'actions essentiels, et sont accompagnées d'idées de stratégies issues d'échanges avec les autres.

Étape 4 Mise en commun des stratégies et accélération du changement, arbres des actions et défis

Cette étape rassemble les expériences relatives au changement ressenti depuis «l'arbre des rêves du diamant» et les stratégies suggérées au cours des étapes précédentes. Elle peut être parcourue d'une traite, par exemple sous la forme d'un événement collectif d'une certaine importance, ou répétée sur plusieurs mois pour différentes questions prioritaires liées à la justice en matière de genre. Les sujets communs émergeant des expériences vécues jusqu'à présent ont été les droits à la propriété, la répartition inégale du travail, la violence et l'adultère. Tout comme pour «l'arbre des rêves du diamant», les défis relatifs à la résolution de chaque

problème sont examinés. Une solution possible est suggérée pour chaque défi. Ensuite, pour chaque solution, des actions SMART concrètes sont identifiées en tant que «fruits» et sont sélectionnées en fonction des différents individus. Cette fois, des actions de groupe sont identifiées en tant que «fleurs» et, finalement, le soutien venant de l'extérieur en tant qu'«abeilles». Les arbres ont besoin de suffisamment de fruits et de fleurs pour attirer les abeilles, ou celles-ci pourraient ne jamais être attirées.

Résultats de l'apprentissage: les fruits récoltés sont progressivement reportés sur un «arbre mère». Ils figurent aussi sur les jalons des itinéraires individuels vers l'autonomisation.

Résultats de l'action: à partir de cette analyse et de la discussion de groupe concernant les stratégies, les individus ont pour devoir de placer de nouveaux fruits-actions sur les jalons futurs ou sur leurs itinéraires d'autonomisation.

Etape 5 Qu'avons-nous accompli? Révision du diamant de la justice entre les genres

On devrait maintenant avoir obtenu un résumé de tous les fruits, devenus mûrs, concernant les différentes questions. Ce stade s'attarde sur la progression des individus et sur la manière d'aider ceux d'entre eux qui continuent à éprouver des problèmes. Dépendamment de la qualité des relations au sein du groupe, ceci peut constituer une évaluation d'impact relativement rigoureuse des accomplissements de l'étape 2, regroupés pour l'organisation toute entière.

Résultats de l'apprentissage: à quel point chaque personne a réussi à accomplir son objectif. Qui rencontre toujours des problèmes et à quel sujet?

Résultats de l'action: comment assister les personnes éprouvant toujours des difficultés et comment résoudre les problèmes qui persistent.

Etape 6 La «route mère», de la stratégie individuelle à la stratégie d'action collective

Les résultats issus de l'ensemble des autres processus sont maintenant utilisés pour la construction d'une «route mère», ou stratégie d'action collective pour le groupe, ainsi que pour l'organisation, en se concentrant sur ce que le groupe, la communauté ou l'organisation doit faire pour soutenir les initiatives individuelles. Les étapes, accomplissements, opportunités et défis sont alors identifiés au fil du temps dans la phase suivante du processus d'apprentissage, et viennent alimenter l'intégration de la justice en matière de genre dans les interventions économiques (stade 3 du GALS).

Exemples de vidéos

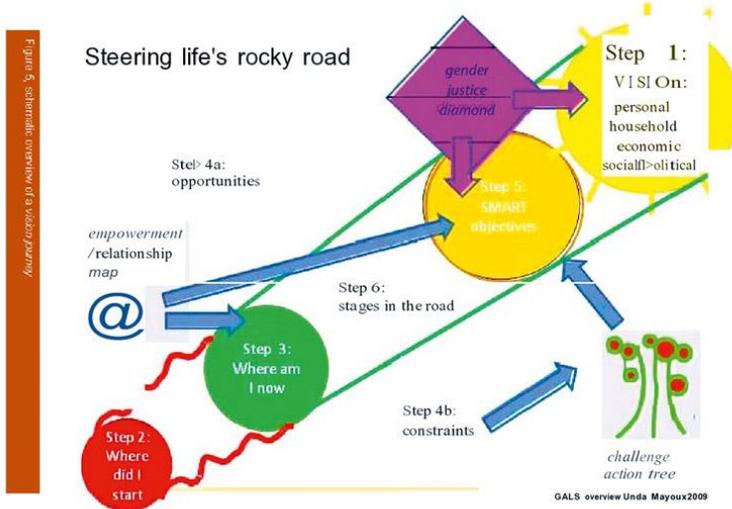
Le canal YouTube de WEMAN offre de nombreuses vidéos.

Remerciements

Mayoux, Linda, Oxfam Novib, 2010, Steering life's rocky road Manual GALS stage 2.

Ce manuel fait partie de la série de manuels dédiés à la méthodologie du Système d'Apprentissage Sexospécifique dans l'action (GALS). Le GALS constitue une partie essentielle du programme 'Intégration de l'Autonomisation des Femmes et le Travail en Réseau' (WEMAN) d'Oxfam Novib pour la justice entre les genres au sein d'interventions dans le domaine du développement économique, incluant le développement de marchés et de chaînes de valeur, les services financiers ainsi que les politiques économiques et la prise de décision. Le GALS est une méthodologie d'autonomisation dirigée par la communauté ayant pour objectif une «transformation économique, sociale et politique constructive» en matière de justice entre les genres.

Figure 41: Aperçu schématique de l'itinéraire d'une vision (source: Mayoux/Oxfam Novib, 2010)



Avancer sur la route cahoteuse de la vie
 Diamant de la justice entre les genres/Etape 1: VISION: personnelle/ménage/économique/socio-politique
 Etape 5: objectifs SMART
 Etape 4a: opportunités
 Carte de l'autonomisation/des relations Etape 6: étapes le long de la route Etape 3: où suis-je maintenant?
 Etape 2: où ai-je démarré? Etape 4b: contraintes Arbre des défis et actions
 Aperçu GALS Linda Mayoux

Figure 42: Exemples de l'itinéraire d'une vision (source: Mayoux/Oxfam Novib, 2010)

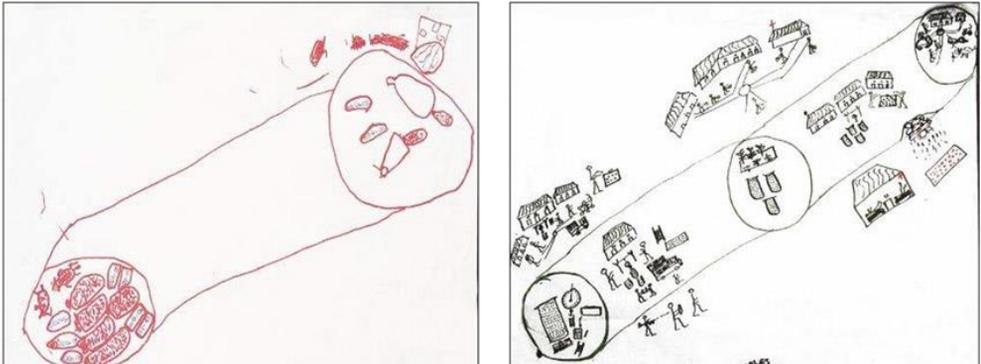
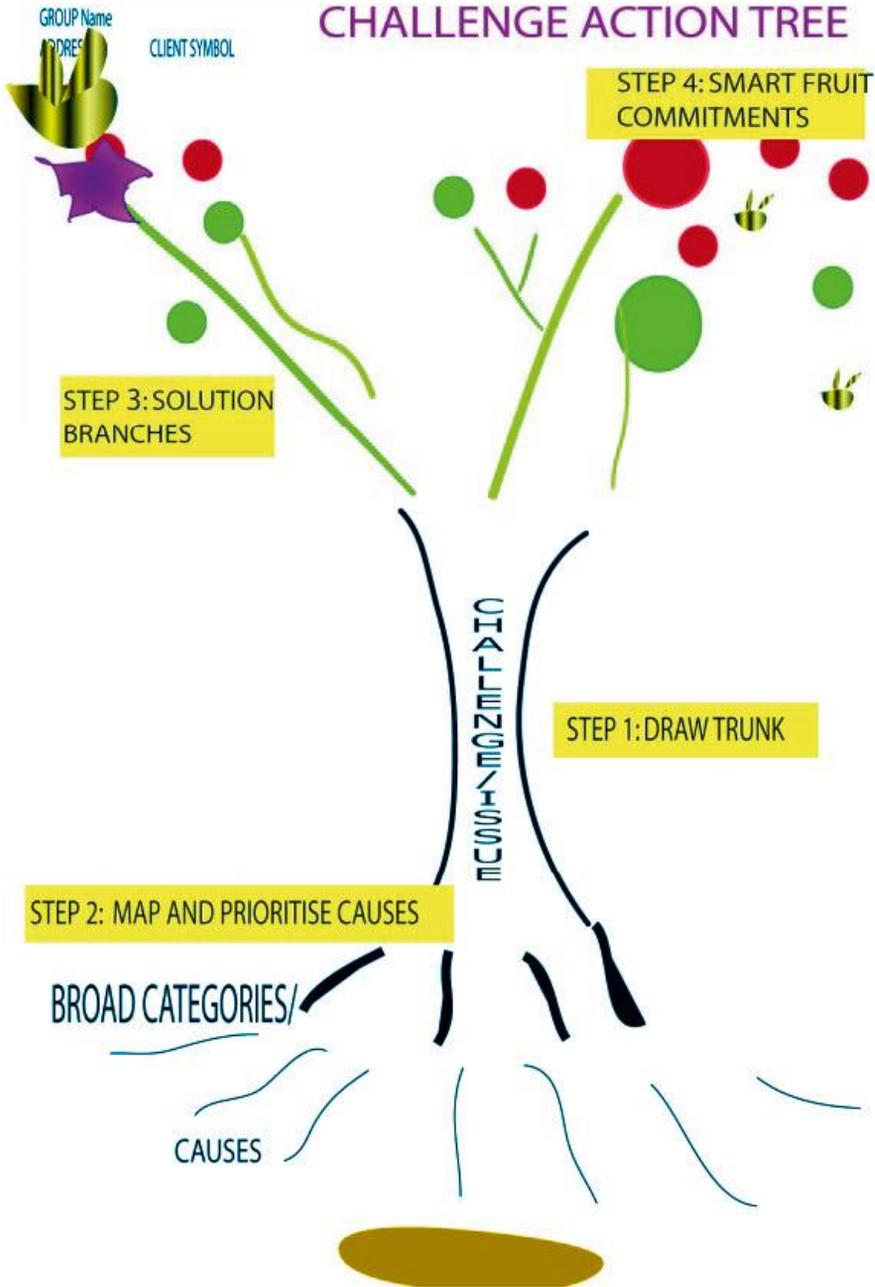


Figure 43: Aperçu d'un arbre des défis et actions (source: Mayoux/Oxfam Novib, 2010)



- Nom du groupe/adresse/symbole du client
- Défi/Problème Catégories larges Causes
- Etape 1: dessiner un tronc
- Etape 2: cartographier et prioriser les causes
- Etape 3: branches représentant les solutions
- Etape 4: engagements au niveau des fruits SMART

Outil 4.1c L'approche du ménage

De l'Agricultural Business Initiative Trust (aBi Trust)/ Fondation Hans R. Neumann

Pourquoi utiliser cet outil?

La plupart des produits agricoles sont produits au sein de ménages d'agriculteurs. L'iniquité entre les genres affecte la gestion et la performance commerciale de l'activité agricole du ménage et, par conséquent, la performance de la chaîne de valeur. Les femmes n'ont que peu, voire rien à dire, concernant la gestion de l'entreprise agricole ou l'utilisation des bénéfices, alors qu'elles assument la plus grande partie du travail productif au sein de l'entreprise agricole. Les femmes mariées en particulier, sont sous-informées dans le domaine de la production, des activités post-récolte et de la commercialisation. Leurs contributions à la productivité et à la qualité n'est reconnue ni socialement, ni économiquement. De ce fait, les femmes ne sont pas motivées à investir dans une production qui ne leur offre que peu de retours.

L'approche du ménage est une intervention se concentrant sur les ménages et dont l'objectif est d'atteindre un partage plus équitable des responsabilités et des décisions à ce niveau, basée sur la conviction selon laquelle les ménages fermiers ont la capacité d'accroître leurs performances ainsi que d'améliorer les conditions de vie de leurs familles par une meilleure collaboration au sein du ménage.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu des possibilités d'accroissement de la performance commerciale des activités agricoles de la famille par l'amélioration de l'équité entre les genres et de la collaboration au sein du ménage.
- Un aperçu des stratégies de promotion de l'équité entre les genres évitant les confrontations et préservant l'harmonie au niveau du ménage.
- Un aperçu de la façon d'aborder la question de l'équité entre les genres au sein des chaînes de valeur dominées par des hommes.

Qui applique cet outil et pour qui?

Des professionnels du développement intéressés par la création d'une stratégie d'intervention commerciale et sexospécifique intégrée au niveau des ménages d'agriculteurs ou des organisations d'agriculteurs. Cette stratégie se concentre au sein du ménage, rassemblant à la fois maris et femmes ainsi que les autres membres de la famille.

Comment cela fonctionne-t-il?

Cet outil décrit une approche, détaillant les objectifs, les points principaux et les stratégies d'intervention. L'approche du ménage combine des stratégies complémentaires à différents niveaux. Des suggestions sont proposées pour chaque stratégie d'intervention, quant à la façon de les mener.

L'objectif de l'approche du ménage

L'approche du ménage se focalise sur la promotion de changements au sein des dynamiques de genre et par conséquent aussi des dynamiques commerciales au niveau du ménage. Elle aide les ménages à adopter:

- une vision conjointe de l'entreprise agricole réunissant tous les membres du ménage
- une planification conjointe visant à concrétiser cette vision et à assurer un partage plus équilibré des rôles et responsabilités au sein du ménage

- une technique de travail conjointe visant à réaliser les objectifs, à partager les charges de travail et, de ce fait, à réduire celle des femmes
- un partage de l'information plus transparent concernant la production, les activités post-récolte, les pratiques et la commercialisation
- un processus de décision conjoint concernant les bénéfices de la production et les dépenses ménagères

Cette approche mène à une augmentation de la production et de la productivité des chaînes de valeur par la mise en commun du travail, une budgétisation efficace et l'utilisation du revenu familial, d'où l'adoption croissante de technologies améliorées et du réinvestissement dans les entreprises.

Cette approche permet aux femmes et aux jeunes d'accéder aux ressources de production au sein des ménages et de faire partie du processus de décision. Elle mène à l'augmentation de l'estime d'elles-mêmes et de la confiance en elles des femmes car celles-ci deviennent des entrepreneuses et preneuses de décision dans leurs foyer ainsi qu'au sein de la communauté au sens plus large et, par conséquent, s'en trouvent davantage autonomisées.

Cette approche conduit à une plus grande harmonie au sein des ménages, ce qui crée un impact positif sur la sécurité alimentaire, le revenu et les actifs du ménage, ainsi que d'un point de vue social et médical: réduction des violences domestiques, réduction des risques et impacts du VIH/SIDA et promotion du planning familial.

Les principes généraux de l'approche du ménage

- Il s'agit d'une **manière non-confliktuelle** et positive de faire face aux inégalités au sein des ménages et des organisations, qui ne vise pas à menacer ni à écarter les hommes. En invitant l'ensemble des membres du ménage à chaque formation, les hommes sont incités à ouvrir le dialogue avec les femmes concernant les questions relatives au genre et les encourage à soutenir leurs femmes, les membres féminins de leurs familles et les femmes de la communauté.
- Elle se base sur la reconnaissance des activités agricoles en tant qu'entreprise familiale (FaFB) et sur l'obtention de l'engagement et du soutien des hommes comme des femmes à accroître leurs performances.
- L'approche du ménage fonctionne au sein d'un cadre de «bien commun» permettant à tout membre du ménage de jouer un rôle au niveau des ressources, de la production et du revenu.
- Elle met l'accent sur l'amélioration des conditions d'existence et sur le bien-être du ménage en tant qu'ultime objectif.
- Il s'agit d'une approche qui fait la promotion de nouvelles dynamiques du genre au sein de l'entreprise familiale par la mise-en-œuvre de stratégies complémentaires à différents niveaux: **des formations au niveau du ménage** concentrées sur le développement d'une vision commune, la planification et le partage du bénéfice issu de la participation à la chaîne de valeur, l'emploi d'**agents du changement** chargés d'atteindre et de conseiller les ménages, de réduire les disparités entre les genre en investissant **dans des formations en leadership et entrepreneuriat** pour les femmes et les jeunes, ainsi que **la sensibilisation** au niveau du groupe, du village et de la chaîne de valeur.

- L'approche du ménage utilise une approche de groupe par l'intermédiaire d'agents du changement dans le but d'atteindre les ménages plus facilement. Les agents du changement sont des fermiers dirigeants sélectionnés par les membres du groupe en tant que modèles. Leur capacités sont développées dans le but de conseiller, d'assurer le suivi et de guider les ménages au sein de leurs groupes.

Les principales stratégies d'intervention de l'approche du ménage

Développement des capacités de l'organisation de mise-en-œuvre concernant l'intégration de l'égalité entre les genres

Ceci implique des formations du personnel et du comité de direction des organisations de mise-en-œuvre de l'approche du ménage afin d'obtenir leur engagement. Cela comprend également le renforcement des capacités du personnel à appliquer l'approche et l'appui au développement de politiques en matière de genre afin de guider le processus d'institutionnalisation du genre.

Identification, formation et suivi des agents du changement

Les agents du changement sont sélectionnés par les membres du groupe pour servir de modèles et seront les acteurs principaux qui amèneront l'approche au niveau du ménage. Ils mobilisent des membres de leurs groupes pour participer aux activités, assistent les ménages dans le développement de plans d'action conjoints pour l'entreprise et suivent les ménages au niveau de la réalisation de ces plans d'action conjoints. Ils guident, conseillent et servent de médiateurs dans la résolution de conflits au niveau du ménage. Ils sensibilisent les communautés sur l'importance du travail et de la prise de décision en commun entre hommes et femmes au sujet de l'utilisation des ressources acquises, en utilisant différents forums (par ex. les églises, les événements culturels) afin de diffuser l'information vers ou en provenance des groupes. Les agents du changement sont également responsables d'assurer le suivi en effectuant des visites régulières.

Comment?

- Les agents du changement sont sélectionnés par les membres de leurs groupes sur la base de leur respectabilité et de leur fiabilité, de leurs capacités en lecture et écriture, ainsi que de leur proactivité au sein du groupe.
- Ils sont formés dans le domaine de l'égalité entre les genres et utilisent des outils d'analyse leur permettant d'apprécier les inégalités existant au sein d'une chaîne de valeur spécifique. Ils offrent leur engagement au service de cette cause.
- Ils reçoivent également une formation de conseiller en communication et en rédaction de rapports. Ils sont en liaison entre eux afin d'encourager fermiers et travailleurs sur le terrain à sensibiliser la communauté.
- Des formations pour couple/ménage menées au niveau du groupe/village ou des organisations de producteurs, invitant les membres du ménage à identifier les inégalités entre les genres et à planifier des actions collectives pour y faire face.

Comment?

- Conduire des discussions de groupe séparées et collectives en utilisant des outils d'analyse participative du genre tels que les séries chronologiques, les profils d'activité et les matrices d'accès aux/contrôle des ressources. Chaque groupe/ménage doit effectuer cette analyse et ensuite évaluer l'impact des inégalités au sein de leur ménage (voir Outil 1.1a Accès et contrôle des ressources et bénéfiques et Outil 3.2b Rendre visible la façon dont les hommes et les femmes contribuent à la qualité du produit).

- Dépendamment des sujets évoqués, les groupes s'engagent collectivement afin de réagir à certaines questions sexospécifiques affectant la productivité et la qualité des entreprises familiales.
- Chaque ménage développe une vision, dessinant des images de la situation dans laquelle ils se trouvent et de celle dans laquelle ils aimeraient se trouver d'ici quelques années, ainsi que des plans concernant la manière de réaliser cette vision. Les chefs de ménage seront les facilitateurs de ce processus de planification. Ces plans font l'objet d'un suivi de la part des agents du changement afin d'en assurer la mise-en-œuvre. (voir Outil 4.2d Vision et planification du ménage).

Formation des dirigeants parmi les femmes et les jeunes visant à accroître leur confiance en eux, leurs compétences, leur position et condition au sein des ménages et des communautés. Ils sont également formés dans le domaine du leadership et de l'entrepreneuriat afin d'augmenter leur compétitivité dans le secteur agroalimentaire.

Campagne de sensibilisation au niveau communautaire, véhiculant le message de l'agriculture en tant qu'entreprise familiale

Comment?

- Organisation de dialogues communautaires sur des questions touchant à l'égalité entre les genres au niveau d'organisations de producteurs/de groupes afin de développer la sensibilisation à la question du genre au sein des communautés, facilités par le personnel et les agents du changement.
- Promouvoir des pièces de théâtre ou saynètes visant à sensibiliser les communautés aux inégalités entre les genres et aux bénéfices de la collaboration au sein des ménages. Les saynètes sont particulièrement efficaces dans la communication du message et pour pousser les jeunes à participer à l'intervention. La formation et le soutien de troupes nouvelles ou existantes travaillant sur des sujets tels que le développement familial, les pratiques négatives perpétuant les inégalités entre les genres et la promotion de l'harmonie et du développement.
- **Campagnes de sensibilisation et d'IEC (information, éducation et communication):** la radio est un puissant moyen d'atteindre de nombreux ménages au-delà de la zone couverte par le projet, particulièrement au sein de régions rurales ou reculées.

Comment?

- Organisation de débats radiophoniques portant sur des questions sélectionnées par des groupes de fermiers. Des ménages modèles sont invités à partager leurs expériences et leurs récits de réussites, les auditeurs sont mis en contact avec des agents du changement pour plus d'informations et de guidage. Il est possible de sensibiliser les communautés à la question de l'égalité entre les genres en débattant de sujets tels que les droits fonciers ou la violence domestique.
- Créer de courts messages. Les messages courts et réguliers (chaque semaine) diffusés au cours de la première année sont importants afin que le message général atteigne la population et mène à un changement dans l'attitude des gens.
- D'autres stratégies d'information, d'éducation et de communication (IEC) par l'utilisation de t-shirts, de posters, de panneaux, de brochures, de stylos, de la télévision /de documentaires, de techniques visuelles sont autant de moyens de sensibiliser les communautés. Il est nécessaire d'identifier et de véhiculer des messages clairs.

Formation sexospécifique pour les acteurs de la chaîne de valeur afin de rendre visibles les contributions des femmes, de promouvoir le besoin de leur participation active au sein des ménages et des organisations, ainsi que d'améliorer l'égalité entre les genres tout au long de la chaîne de valeur et de la communauté en général (voir par exemple outil 3.2a Etablir une cartographie de la chaîne de valeur sensible à l'égalité des genres).

Tenir des réunions annuelles d'intervenants afin de rallier à cette cause des acteurs de la chaîne, des législateurs, des dirigeants religieux, traditionnels et culturels ou autres groupes d'intérêt comme des ONG, des CBO. Il s'agit d'un moyen de promouvoir des discussions concernant des questions d'égalité des genres et de les engager, ainsi que d'obtenir leur participation, leur engagement et leur soutien, dans le cadre de cette stratégie.

Remerciements

ABi Trust Uganda (2010-2013) 'Approche intégrée du ménage visant à promouvoir l'intégration de l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur ayant pour objectif un accroissement du revenu des femmes et de leur autonomisation économique.' Kyarimpa, P. (Responsable de financement du genre pour la croissance, aBi Trust Ouganda).

L'approche du ménage fut d'abord un projet pilote de DANIDA en partenariat avec le *National Union of Coffee Agribusinesses and Farm Enterprises* (NUCAFE). Cette idée était inspirée des résultats d'évaluation du Programme du Secteur Agricole (ASP) en Zambie pour déboucher ensuite sur le modèle aBi Trust de l'approche intégrée du ménage. L'approche a été adaptée par aBi Trust Ouganda comme modèle de mise-en-œuvre pour tous ses partenaires, y compris NUCAFE, Hans Neumann Stiftung et MDFA.

Terrillon, J. et Joynson-Hicks, E. (2013). 'Développer un argument commercial pour l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur du café durable, via l'approche du ménage.'

Exemple: L'argument commercial en faveur de l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur du café durable, via l'approche du Ménage



La fondation Hans R. Neumann (HRNS) soutient le développement de la chaîne de valeur du café en Ouganda depuis 2009 sous le nom "Building Coffee Farmers Alliance in Uganda Project" (Projet de Développement d'une Alliance des Producteurs de Café en Ouganda) (CFAU), en collaboration avec la Fondation Douwe Egberts (DEF) et International Coffee Partners (ICP). Le projet CFAU se concentre sur sept districts (Luwero, Nakaseke, Nakasongola, Masaka, Mityana, Mubende, Kasese) comprenant jusqu'à 53'000 ménages. Une étude sexospécifique menée en 2010 a révélé la présence de plusieurs défis à relever au sein des ménages producteurs de café.

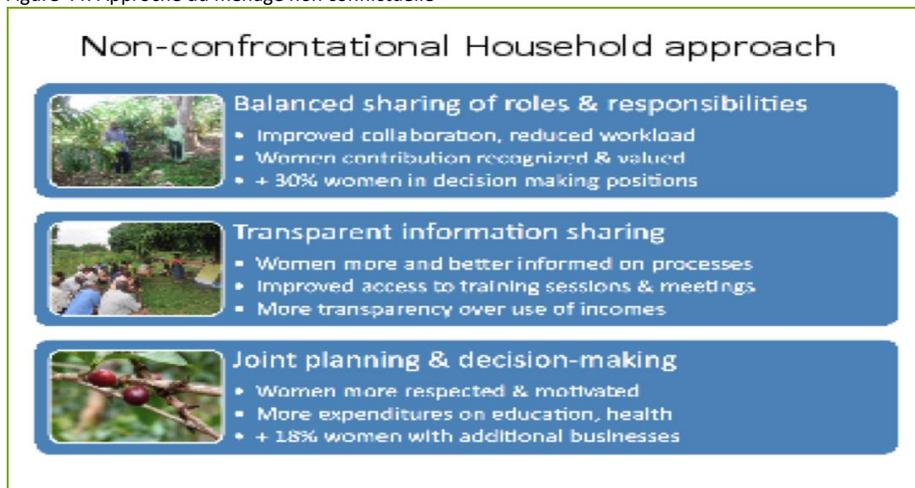
HRNS a ajouté l'approche du ménage en tant que composante sexospécifique du projet CFAU en 2011, avec le soutien du Fond de l'Initiative AgriBusiness (aBi) et de la Fondation Bill and Melinda Gates (BMGF) après avoir réalisé que ses interventions menaient en effet à une augmentation de la production de café et du revenu des ménages, sans pour autant contribuer à une amélioration significative des conditions d'existence.

Les femmes des ménages producteurs de café en Ouganda assument jusqu'à 70% des activités productives non rémunérées (main-d'œuvre familiale). Cependant, elles n'ont que peu, voire rien à dire, concernant la gestion de l'entreprise agricole ou l'utilisation du revenu issu du café. Les femmes mariées ne possèdent généralement pas de ressource (terres, arbres, équipement), sont mal informées au sujet des questions relatives à la production, aux activités post récoltes, ainsi qu'à la commercialisation. Elles participent peu aux interventions touchant au café en dehors du ménage, telles que le marketing ou les formations et le développement de compétences dans le domaine des pratiques agronomiques destinées à l'accroissement de la productivité et de la qualité du café. Des pratiques telles que le fait de ne pas récolter les baies de café rouges, mûres ou le stockage du café sous la pluie, en affectent la qualité et sont communes. Les problèmes de manque de confiance et de vol de café parmi les membres de la famille ainsi que le nombre de cas de violence domestique augmentent particulièrement au cours de la saison de commercialisation du café.

Les femmes jouent un rôle crucial au niveau des activités d'ajout de valeur (entretien des caféiers, récolte, séchage, triage, etc.). Outre ce rôle productif, elles doivent souvent cultiver les cultures alimentaires sur une parcelle de terre et s'occuper des tâches ménagères. Elles ne sont pas toujours en mesure de soutenir leurs maris en raison d'un manque de temps ou d'extrême fatigue. Lorsque le travail des femmes n'est pas visible, ni valorisé, lorsque celles-ci ne sont ni informées, ni impliquées dans le processus de prise de décision concernant la production, les activités post-récolte ou la commercialisation, elles se sentent démotivées. Cependant, leur contribution est essentielle afin d'assurer une productivité et qualité renforcées. Leur implication dans le processus de prise de décision au niveau des dépenses du ménage est également déterminante afin de garantir une meilleure qualité de vie pour la famille.

Nonobstant l'importance du rôle de la femme dans la production de café familiale, le projet CFAU n'atteignait pas les femmes mariées, étant donné que 95% des femmes participant au projet CFAU étaient veuves ou célibataires. En réponse à cette étude sexospécifique, l'approche du ménage (voir description de l'outil) a été mise en œuvre depuis 2011 dans les cinq districts de Luwero, Masaka, Mityana, Mubende and Nakasongola. En avril 2013, la HRNS a mené une étude de S&E dans les districts de Luwero et Masaka. L'objectif en était d'évaluer les réalisations du projet centré sur l'égalité des genres, accomplies en 2012, en comparant les ménages bénéficiant des interventions visant l'égalité des genres avec un groupe de contrôle. Les principaux bénéfices pour les ménages producteurs de café et le secteur du café sont décrits ci-dessous:

Figure 44: Approche du ménage non conflictuelle



Traduction de la figure 44: Changements dans les relations entre les genres au sein du ménage, résultant de la mise-en-œuvre de l'approche du ménage.

Approche du ménage non-conflictuelle

Partage équilibré des rôles et responsabilités: Collaboration accrue, réduction de la charge de travail/Contribution des femmes reconnue & valorisée/+30% des femmes occupant des postes de prise de décision

Partage transparent de l'information: Femmes plus et mieux informées au sujet des processus/Accès accru aux sessions de formation et réunions/Plus de transparence au niveau de l'utilisation du revenu

Planification & Prise de décision conjointes: Plus grand respects & plus grande motivation des femmes/Dépenses plus importantes dans le domaine de l'éducation et de la santé/+ 18% des femmes profitant de commerces additionnels

L'approche du ménage incorporée au sein du projet CFAU a non seulement changé les relations entre les genres de manière positive, au sein des ménages, mais a également exercé un impact positif sur la productivité et la qualité de la production de café du ménage, accroissant leur revenu de 44% comparativement au groupe de contrôle. Ceci a aussi amené un impact positif sur d'autres acteurs du secteur du café: un approvisionnement des exportateurs de café plus constant et fiable, avec un café de qualité. Le retour sur investissement mesuré en termes d'augmentation du revenu des ménages issu du café par rapport au coût total du programme par ménage est de 479%, avec intervention sexospécifique, comparativement à 375% sans celle-ci. L'approche du ménage a contribué à la création d'un cercle vertueux générant des bénéfices sociaux, économiques et financiers pour les acteurs évoluant tout au long de la chaîne, menant à un scénario gagnant pour tous.

Les témoignages de la figure 43 illustrent l'importance du partage de l'information et de la planification conjointe au niveau du ménage, pour une performance accrue de l'entreprise agricole.

Figure 45: témoignages de participants à l'approche du ménage (source: Terrillon, J. & Joynson-Hicks, 2013)

«Auparavant, mon mari ne m'impliquait jamais, ne révélait jamais les montants issus de la vente de café. Le fait de m'exclure de l'information concernant les montants qu'il retirait du café me blessait et je perdais ma motivation à travailler dans la plantation de café. Je prétendais être malade durant les mois où nous pratiquions le désherbage et récoltions le café afin d'éviter de travailler dans des plantations dont je ne tirais aucun bénéfice. Depuis qu'il a été sensibilisé à la question de la planification et de la prise de décision conjointes, mon mari m'informe des revenus provenant de la vente du café et nous nous concertons au sujet de la planification des besoins familiaux. Je suis désormais heureuse de travailler sur la plantation, ce qui a résulté en un accroissement de la production. Nous produisons approximativement 10 sacs de café par saison, alors que nous avons actuellement atteint un volume de 30 sacs par saison. Le revenu obtenu de la production de café est consacré aux frais scolaires de nos enfants.»
Ssemuju Herman et Nassali Rose de Butalaga DC Masaka, 2012

«Avant la prise de conscience de la question du genre, j'ai perdu beaucoup de café. Je n'ai jamais impliqué ma femme dans la supervision des travailleurs. J'ai une plantation de café importante. Quasi deux sacs de café se perdaient par saison. En impliquant ma femme, plus rien ne se perd. Nous décidons ensemble de la façon dont est utilisé l'argent et nous avons été en mesure de planter davantage de caféiers, ainsi que de construire une maison permanente». M. Kiwanuka Rajab, Président de la compagnie Nabumbugu, Mityana.

Outil 4.1.d Visualisation et planification du ménage

De Agricultural Business Initiative Trust (aBi Trust)

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil est essentiel pour l'approche du ménage décrite dans l'Outil 4.2c, se basant sur la reconnaissance des activités agricoles en tant qu'entreprise familiale (FaFB). Il permet d'appuyer les ménages afin d'améliorer la planification et la collaboration internes, contribuant à la fois à l'équité entre les genres et à la performance commerciale au niveau du ménage.

Que vous rapporte son utilisation?

- Une visualisation par les ménages des rêves que ceux-ci aimeraient réaliser en décrivant le type de ménage qu'ils aspirent à devenir à l'avenir, avec la contribution de tous ses membres.
- Un plan d'actions commerciales conjoint des ménages visant à réaliser leur vision du ménage, garantissant un partage plus équilibré des rôles et responsabilités au cours de la mise-en-œuvre, ainsi qu'un processus de prise de décision conjoint concernant les bénéfices de l'entreprise agricole familiale.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil est utilisé pour les formations destinées aux couples ou aux ménages, menées au niveau du groupe/village ou d'organisations de producteurs. Tous les membres du ménage sont invités à participer à chacune des formations: mari, femme et enfant d'âge adulte.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 Identification des inégalités entre les genres au sein des ménages

Avant de commencer à travailler sur la vision et la planification du ménage, il est important de conduire des discussions de groupe impliquant des couples et des membres du ménage afin d'analyser les inégalités entre hommes et femmes concernant la charge de travail, le contrôle des ressources et des bénéfices au niveau du ménage. Il est demandé à chaque ménage d'évaluer l'impact de ces inégalités entre les genres dans sa vie et réfléchisse à la façon dont les problèmes liés au genre affectent la productivité et la qualité de l'entreprise familiale. Les outils participatifs suivants peuvent être utilisés au cours de cette étape: Outil 1.1a Accès et contrôle des ressources et bénéfices et Outil 3.3b Rendre visible la façon dont les hommes et femmes contribuent à la qualité du produit.

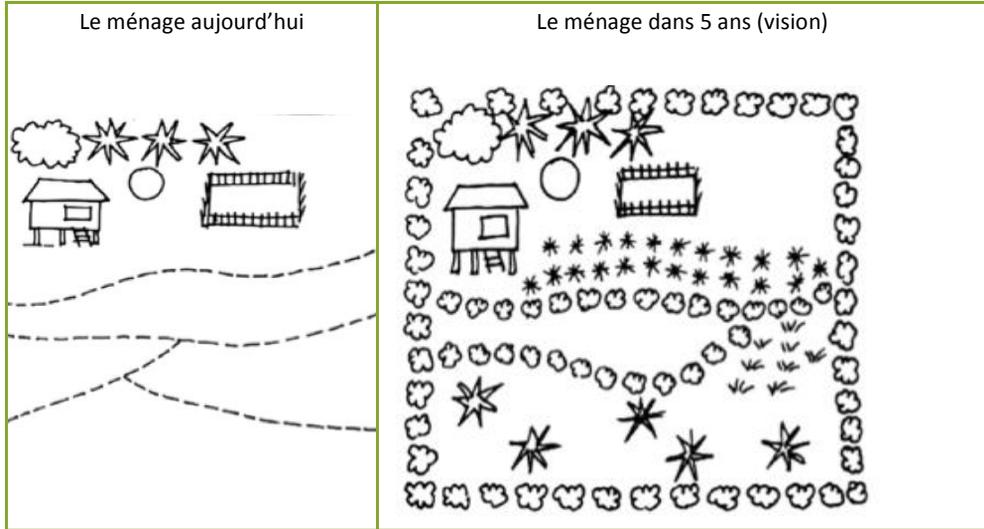
Etape 1 Visualisation du ménage

Demandez à chaque membre des ménages de penser au statut actuel de son ménage. Les membres partagent leurs idées, se mettent d'accord et dessinent le ménage tel qu'il est à ce moment-là, utilisant des symboles pour représenter les ressources, incluant constructions, terres et développements entrepris, enfants, etc.

Demandez aux membres des ménages d'imaginer le type de ménage dont ils aimeraient faire partie dans les cinq prochaines années et plus, ainsi que de dessiner l'image de ce futur ménage. Les cartes sont utilisées en tant que visions de l'avenir, en fonction desquelles sont élaborés des projets d'amélioration des conditions de vie des ménages, et les progrès mesurés.

Suggérez aux membres des ménages d'accrocher les cartes aux murs de leurs maisons afin de leur rappeler la situation dans laquelle ils se trouvent ainsi que la distance parcourue en direction de leurs rêves.

Figure 46: exemples d'illustrations du ménage d'aujourd'hui et de demain (Source: aBiTrust, 2013)



Etape 3 Planification conjointe du ménage

Donnez à chaque ménage une fiche de planification du ménage. Demandez aux membres des ménages d'observer les deux cartes élaborées au cours de l'étape de la visualisation. Dirigez-les vers le développement d'une planification du ménage se focalisant sur la réalisation de leur vision d'avenir, en identifiant les points suivants et en les répertoriant sur la fiche:

- Identification des problèmes ou défis susceptibles d'empêcher ou de faire obstacle à l'évolution du ménage, de la situation présente à la situation désirée (vision).
- Réflexion sur les solutions permettant de faire face à ces problèmes.
- Pour chaque solution, penser à une série d'activités permettant sa mise-en-œuvre.
- Pour chaque activité, identifier les ressources nécessaires, en indiquant celles qui sont actuellement disponibles et celles qui ne le sont pas (ces ressources seront par exemple des terres, des semences, de l'équipement, du bétail, des individus ou de l'argent permettant de subvenir aux besoins du ménage), la personne responsable, les priorités et la source de financement.
- Estimation du budget nécessaire à la mise-en-œuvre des activités au cours de la première année.

Encouragez les membres du ménage à accrocher le plan au mur à côté des cartes, afin d'appuyer la réalisation des activités planifiées et de pouvoir vérifier les progrès dans leur accomplissement. Ce sont sur ces plans que se baseront les agents du changement au cours de leur suivi afin d'en garantir la réalisation. (Voir outil 4.2c l'approche du ménage)

Problème/défi faisant obstacle à la vision	Solution	Activités à mettre en œuvre, par qui et quand	Ressources requises afin de mener l'activité	Comment acquérir les ressources non disponibles (source de financement)

Remerciements

ABi Trust Uganda (2010-2013) 'Approche intégrée du ménage visant à promouvoir l'intégration de l'égalité entre les genres au sein des chaînes de valeur afin d'accroître le revenu et l'autonomisation économique des femmes'. Kyarimpa, P. (Responsable de financement du genre pour la croissance, aBi Trust Ouganda).

4.2 Organisations de producteurs

Outil 4.2a Prise de décision efficace/démocratique entre le ménage et l'organisation de producteurs

De Vanderschaeghe, Lindo et Sánchez pour HIVOS

Pourquoi utiliser cet outil?

Les chaînes de valeur et organisations de producteurs les plus importantes sont dominées par les hommes mais représentent des entreprises familiales au sein desquelles les femmes prennent part de manière significative à la production, à la transformation et à l'ajout de valeur.

Tant que l'organisation de producteurs (de fermiers, transformateurs, commerciaux, etc.) s'adresse à ses membres en tant qu'individus et non en tant que représentants de leurs ménages, cela renforce l'image selon laquelle seuls les hommes ont le droit de disposer de la récolte et de bénéficier de l'économie familiale.

Il est important que l'organisation de producteurs garantisse que tous les membres de la famille soient informés et donnent leur accord lors de la prise de décisions importantes, telles que la façon d'utiliser un emprunt, la certification biologique, l'investissement des profits, les services à développer en tant qu'organisation, etc.

Cet outil se concentre sur l'interaction entre l'organisation de producteurs et l'économie du ménage ainsi que sur le besoin de démocratiser le processus de prise de décision.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- La sensibilisation aux pratiques dans le domaine de la communication et de la prise de décision au sein des familles des membres des organisations de producteurs, concernant la production et les questions économiques promues par l'organisation.
- Une réflexion sur l'importance du fait que les membres prennent des décisions informées, en consensus avec d'autres membres du ménage, plutôt que de prendre des décisions individuelles.
- Des décisions sur la façon dont peuvent agir les organisations afin de promouvoir la communication et la prise de décision démocratique au sein des familles de leurs membres.

Qui applique cet outil et pour qui?

Il s'agit d'un outil participatif destiné à être utilisé au cours d'ateliers de travail incluant des organisations agricoles et des entreprises collectives. Etant donné que cet outil se penche sur la dynamique des ménages, il est important qu'à la fois maris et femmes soient invités à participer à l'atelier.

Comment cela fonctionne-t-il?

Il s'agit d'un atelier de travail participatif de deux heures.

Etape 1 Division en groupes

Expliquez aux participants qu'ils vont créer un jeu de rôles. Ceux-ci sont divisés en deux groupes ou plus, constitués chacun de maximum six ou sept personnes. Les hommes et les femmes travaillent dans des groupes séparés.

Etape 2 Thème du jeu de rôle

Le thème du jeu de rôle sera la communication et la négociation au sein du ménage avec pour sujet:

- Un membre d'une coopérative (homme ou femme) rentre d'une réunion à la coopérative où il a été décidé d'offrir des prêts aux membres afin de procéder à des améliorations sur la ferme.

Le jeu de rôle va décrire ce qui se passe lorsque le membre de la coopérative rentre à la maison, après sa réunion; la manière dont il/elle annonce (ou non) à sa famille l'offre de prêt et comment une décision est prise sur la base de sa proposition.

D'autres sujets possibles du jeu de rôle:

- La coopérative a décidé de lancer les fermes membres dans la certification biologique.
- La coopérative a décidé de réviser à la hausse les exigences en matière de qualité des produits qu'elles reçoivent des membres et qui sont destinés à la vente collective.

Etape 3 Jeu de rôle

Chaque groupe prépare son jeu de rôle, rédigeant un court scénario et répartissant les différents rôles (membre, femme/mari du membre, fils, filles, grands-parents, etc.)

Etape 4 Présentation du jeu de rôle

Chaque groupe présente son jeu de rôle aux autres groupes.

Etape 5 Réflexion – session plénière

Au cours d'une session plénière, tous les participants réfléchissent aux questions suivantes:

- De quelle manière l'information et la proposition concernant l'offre de prêt de la coopérative ont-elles été présentées aux membres du ménage?
- Quelle est votre perception de la communication au sein du ménage? Qui participe au processus de prise de décision? Qui est-ce qu'on écoute? Qui prend la décision finale?
- Comment les décisions prises par les membres de la coopérative affectent-elles l'économie du ménage?
- Que peuvent faire les organisations afin d'améliorer la communication au sein de la famille concernant la production et les décisions liées à la gestion?

Recommandations pour le processus

- Le jeu de rôle nous permet de nous rendre compte du fait que les différents membres de la famille ont des idées et préoccupations différentes lorsque ceux-ci sont confrontés à une même question. Par exemple, en ce qui concerne l'offre de prêt, les questions des membres du ménage se sont concentrées sur le taux d'intérêt, sur les garanties qu'ils allaient devoir fournir, sur la période dont ils disposeraient pour rembourser l'emprunt, etc. Tout ceci enrichit la discussion ainsi que le processus de prise de décision.
- La session plénière finale s'achève avec le message selon lequel il est capital qu'il existe une bonne communication et participation parmi tous les membres du ménage afin de procéder à la meilleure analyse possible en termes de nouveaux engagements ou de changements des pratiques agricoles, de la gestion de l'entreprise ou de la commercialisation de denrées.
- Plus nombreux sont les membres de la famille invités et en mesure de participer aux réunions de la coopérative, plus exhaustive sera l'information reçue et meilleures seront les décisions prises par la coopérative et la famille, afin que tout se passe bien.

Remerciements

Vanderschaeghe, M., P. Lindo et J. Sánchez (2009) 'Session de validation d'outils pour l'introduction de la question de l'égalité entre les genres au sein des organisations agricoles dans un contexte de chaînes de produits biologiques et de commerce équitable', Hivos.

Outil 4.2b Augmentation de l'accès des femmes aux organisations de producteurs par l'analyse des CIG

De USAID 2009

Pourquoi utiliser cet outil?

Les organisations de producteurs ont la possibilité de faciliter l'apprentissage collectif et la répartition des risques tout en augmentant le potentiel d'accroissement de la production et d'amélioration de la qualité. Les membres ont accès à de nouveaux services, plus nombreux, incluant les intrants, la finance et les formations. En outre, le pouvoir de négociation des membres est accru. Les femmes sont souvent écartées en tant que membres ou ne sont pas en mesure de profiter des bénéfices à part égale. Cet outil aide à donner un aperçu des contraintes auxquelles les femmes font face dans le domaine de l'accès aux (services des) organisations de producteurs ainsi qu'à proposer des stratégies pour lever ces contraintes. Cet outil se base sur l'approche des contraintes liées au genre d'USAID (voir les outils du sous-chapitre 4.3).

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu des contraintes auxquelles les femmes font face dans l'accès aux (services des) organisations de producteurs.
- Un aperçu des facteurs permettant l'accès des femmes aux (services des) organisations de producteurs.
- Des exemples de stratégies pour lever les contraintes des femmes dans l'accès aux (services des) organisations de producteurs.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Les stratégies sont conçues pour combattre les contraintes liées au genre auxquelles les femmes font face dans l'accès aux organisations de producteurs

Ci-dessous sont élaborées trois contraintes liées au genre ainsi que les stratégies destinées à lever ces contraintes:

Figure 47: CIG et contre-stratégies (source: USAID, 2009)

1. Les femmes font souvent face à des contraintes pour accéder aux (services des) associations de producteurs	
Causes/facteurs y contribuant:	Stratégie:
Critère de l'exclusivité de l'admission, basé sur la propriété foncière.	Encourager une admission aux associations basée sur des critères autres que l'accès aux facteurs de production (par ex. les titres de propriété légaux ou l'enregistrement de la propriété d'animaux) comme la production (par ex. le nombre de litres de lait, les paniers de tomates). Développer des associations exclusivement féminines, si approprié, afin d'encourager la participation de davantage de femmes dans de nouveaux domaines économiques. Sensibiliser aux droits liés à la propriété foncière et militer pour une distribution équitable des terres. Soutenir une meilleure application des cadres législatifs en place concernant les politiques foncières.
L'idée reçue selon laquelle seuls les hommes sont des producteurs.	Rendre visible les contributions des femmes au sein de l'entreprise familiale, des organisations de producteurs et des chaînes de valeur. Sensibiliser au fait que la production est une affaire de famille et que les organisations de producteurs

	devraient se concentrer sur les membres de la famille, ainsi que sur les besoins et perspectives propres à ceux-ci.
La politique d'admission unique des associations où les hommes, en tant que chefs de familles, représentent (les intérêts de) la famille toute entière.	Encourager l'admission des «femmes» et autres membres de la famille. Encourager des changements au niveau des règles des associations afin de promouvoir la participation des membres de la famille aux réunions, formations ainsi que leur accès aux bénéfécies.
2. Si les femmes ont le droit d'être membres, elles sont souvent limitées au niveau de leur participation	
Causes/facteurs y contribuant:	Stratégie:
Les services ne sont disponibles que pour les membres	Créer des systèmes de prestation de services alternatifs pour les membres non-producteurs des associations (par ex. les agents commerciaux ruraux).
Les femmes ne sont pas au courant du fait qu'elles sont invitées à être (ont le droit d'être) membres	Assurer que l'information concernant les nouvelles associations soit diffusée par l'intermédiaire de canaux de communication utilisés à la fois par les hommes et les femmes.
Elles ne peuvent pas couvrir les frais d'adhésion	Encourager un niveau de cotisation et de frais d'adhésion ainsi qu'un calendrier de paiement qu'à la fois hommes et femmes puissent honorer.
La contrainte du temps limite leur participation aux réunions.	Assurer que les réunions sont tenues à des moments et endroits facilitant la participation des femmes.
3. Si les femmes participent en tant que membres, elles n'ont pas accès à des postes de dirigeantes	
Causes/facteurs y contribuant:	Stratégie:
Perceptions des qualités dirigeantes des hommes et des femmes	Offrir des formations dans le domaine de la gouvernance de l'association établissant des principes de leadership et de prise de décision équitables pour les genres (quotas).
Contraintes structurelles de temps et de mobilité pour les femmes	Examinez les barrières potentielles s'opposant à la prise de positions dirigeantes par des femmes au sein des associations

Etape 2 Liste récapitulative pour la réflexion au sujet des contraintes et solutions concernant l'accès des femmes aux organisations de producteurs et leur position au sein de celles-ci

- Quels sont les critères d'admission au sein de l'association?
- Quels sont les bénéfécies dont jouissent les membres?
- Combien de membres sont des hommes? Combien de membres sont des femmes?
- A combien s'élèvent les frais d'adhésion (inscription et renouvellement)?
- Quel est le programme, la fréquence et le lieu des réunions?
- Pensez-vous que le fait d'être un homme ou une femme aide un individu à devenir un dirigeant d'association?
- Quel est le nombre et le sexe des administrateurs de l'association?
- Quelles sont les qualifications requises pour devenir un dirigeant d'association?

- Quelles sont les ressources (financières, temporelles, autre) requises pour devenir un dirigeant d'association?
- Quel est le rôle et la position des femmes au sein d'organisations mixtes?
- Quelles sont les relations de pouvoir au sein de l'organisation?
- Quelles sont les capacités des dirigeantes/groupes féminins à influencer la prise de décision concernant les services du secteur et le développement de la chaîne de valeur?
- Examinez les barrières potentielles à l'accès des femmes ainsi qu'à la continuité de leur admission au sein des associations.
- Examinez les barrières potentielles aux positions dirigeantes des femmes au sein des associations.

Remerciements

USAID, 2009, Promoting gender equitable opportunities in agricultural value chains: a handbook. Cette publication a été soumise pour révision par l'Agence Américaine pour le Développement International. Elle a été préparée pour le Development and Training Services, Inc. (dTS) par Deborah Rubin (Cultural Practice LLC) et Cristina Manfre et Kara Nichols Barrett (dTS).

Exemple: Etablissement de quotas soutenant le leadership des femmes

Les résultats d'un projet de gestion des zones côtières en Tanzanie ont mis en exergue que les femmes ne participaient pas activement aux associations villageoises de producteurs ni aux groupes de gestion environnementale. Le projet s'est fixé pour objectif de parvenir à une participation plus équitable en matière de genre. Une réunion fut organisée regroupant les hommes comme les femmes afin de débattre du manque de participation des femmes. Les hommes reconnurent que lorsque les femmes ne participaient pas, leur compréhension des questions abordées en souffrait, mais aussi que les hommes, eux-mêmes, ne bénéficiaient pas des idées, expériences, suggestions, ni de l'aide que pouvaient leur apporter les femmes. Les hommes percevaient le manque de participation des femmes comme étant le résultat des coutumes et traditions, plutôt que la conséquence de leur propre manque de volonté de les écouter. Les femmes ont identifié la mauvaise planification des réunions ainsi que l'absence de préavis précédant celles-ci comme étant à l'origine du problème. Les hommes et les femmes ont discuté de leurs différentes perceptions. Les femmes décidèrent qu'elles assisteraient aux réunions et les hommes promirent qu'ils écouteront les femmes, que les réunions seraient tenues à des moments plus avantageux pour les femmes, et qu'elles seraient mieux annoncées. Suite à cela, les femmes prirent part à de nombreuses réunions (bien qu'elles fussent initialement peu nombreuses); elles obtinrent des sièges au sein des comités villageois environnementaux et participèrent à la formulation de l'accord de gestion des pêches. Le projet aida le village à établir des quotas de participation des femmes au comité reflétant les activités dans lesquelles étaient actives les femmes.

Remerciements

Source: Van Ingen, T., C. Kawau, and S. Wells, 2002, Gender Equity in Coastal Zone Management: Experiences from Tanga, Tanzania. The World Conservation Union, December 2002.

4.3 Entreprises

Il existe des raisons éthiques et légales justifiant la promotion de l'égalité entre les genres de la politique de responsabilité sociale de votre entreprise (RSE) et chaîne de valeur, mais il existe également des arguments de rentabilisation convaincants en faveur d'un plus grand soutien de l'égalité entre les genres, incluant un accroissement de la productivité, la rétention du personnel, de plus larges réservoirs de talents pour le recrutement ainsi qu'une plus grande sécurité au niveau de l'approvisionnement des produits. Les outils présentés ici peuvent assister les compagnies dans l'intégration du genre au sein de leur stratégie commerciale et, par conséquent, dans leurs rapports sur la durabilité/RSE. Ce faisant, les compagnies sont susceptibles de gagner la reconnaissance des travailleurs, investisseurs et consommateurs. Cela peut aussi permettre aux intervenants que cela intéresse d'obtenir un aperçu des effets des opérations des organisations, de leurs produits et de leurs services à la fois sur les femmes et sur les hommes.

On distingue trois outils «Genre et RSE», chacun efficace à un niveau d'impact différent de votre compagnie:

- *L'Outil 4.3a L'entreprise en tant qu'employeur direct*
Cet outil soutient l'intégration de pratiques saines de RSE et respectueuses de l'égalité entre les genres, directement sur le lieu de travail.
- *L'Outil 4.3b L'entreprise en tant qu'acteur essentiel des chaînes de valeur*
Cet outil soutient l'intégration de pratiques de RSE saines et respectueuses de l'égalité entre les genres de manière plus étendue, dans la chaîne de valeur au sein de laquelle opère votre entreprise. Cet outil accorde une attention particulière aux chaînes d'approvisionnement agroalimentaires et aux chaînes d'approvisionnement des marchés inexploités de la «base de la pyramide».
- *L'Outil 4.3c L'entreprise et la communauté*
Cet outil soutient l'intégration de pratiques de RSE saines et respectueuses de l'égalité entre les genres, dans la communauté, au sens plus large, au sein de laquelle opère votre entreprise.

Remerciements

Oxfam International, 2012, Gender equality, it's your business. Briefings for Business. No 7. International Edition. © Oxfam International February 2012.

IFC & GRI, 2009, Embedding Gender in Sustainability Reporting, A Practitioner's Guide Executive Summary. IFC In partnership with the governments of Germany, Iceland, and Switzerland.

United Global Impact and UNIFEM, 2009, Women's Empowerment Principles. Equality Means Business.

Une présentation fournissant une vue générale sur les principes d'autonomisation des femmes est également disponible sur Slideshare.

Outil 4.3a L'entreprise en tant qu'employeur direct

De Oxfam International, GRI & IFC et UNIFEM & UNGC

Pourquoi utiliser cet outil?

Les grandes compagnies pourraient faire bien plus pour l'amélioration de leur entreprise en représentant et soutenant davantage leurs employés de sexe féminin. Par exemple, au sein de l'UE, le clivage des salaires entre les genres augmente avec l'âge, le niveau d'éducation et les années de service: il dépasse 30 pourcent dans la tranche d'âge des 50-59 ans, comparativement à 7 pourcent pour les moins de 30 ans. Les périodes au cours desquelles les clivages de salaires augmentent sont souvent liées aux années au cours desquelles les familles ont de jeunes enfants.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- *Améliorer l'efficacité de votre entreprise*

Le fait d'aborder l'égalité entre les genres parmi la main d'œuvre et le comité de direction de votre propre compagnie vous permet d'attirer et de conserver les meilleurs employés, d'augmenter la productivité, de renforcer le moral, de réduire l'absentéisme, d'accroître les retours d'investissement au niveau de la formation du personnel et du développement professionnel, d'améliorer l'image et la réputation de votre entreprise et d'accroître l'innovation. Il existe aussi des preuves du lien entre le nombre de femmes présentes au sein de la gestion et du comité de direction d'une compagnie et sa performance financière. Les compagnies dans lesquelles des femmes occupent des positions dirigeantes «prennent de meilleures décisions, produisent de meilleurs produits et disposent d'avantages commerciaux clés plus nombreux que des compagnies plus homogènes». Finalement, il est prouvé que les équipes commerciales reflétant les caractéristiques démographiques du marché sont mieux à même de répondre aux besoins changeants du consommateur, et que les produits développés de cette manière correspondent mieux aux besoins de la clientèle.

- *Répondre aux exigences en matière d'égalité*

Dans la plupart des pays où elles emploient directement du personnel, les compagnies sont obligées de promouvoir les droits de la femme et de garantir que les travailleurs de sexe féminin bénéficient de salaires égaux, de conditions de travail adéquates et de perspectives de carrière justes. Ces obligations sont soutenues par le BIT. Le Préambule de l'Acte Constitutif du BIT souligne également «l'allocation d'un salaire permettant des conditions de vie normales». La CEDEF (La Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes), adoptée en 1979 par l'ONU et signée par 64 pays un an plus tard est une déclaration internationale pour les droits des femmes; elle consacre un de ses chapitres aux droits des femmes en matière d'emploi.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil propose une liste récapitulative des actions possibles pouvant être entreprises par la direction d'une compagnie. Cette liste peut également être utilisée par le personnel d'une entreprise afin d'encourager la direction à aborder la question de l'égalité entre les genres.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Mise-en-œuvre et pratique

a. Garantir l'égalité entre les genres dans la gouvernance organisationnelle et les valeurs

La gouvernance et les valeurs de l'organisation devraient être le point de départ de l'évaluation des pratiques organisationnelles liées au genre, étant donné que les principes et valeurs régissant une organisation ont un impact sur l'ensemble de ses activités.

Afin de mettre en pratique l'égalité entre les genres au niveau de la gouvernance, une organisation peut s'engager clairement et explicitement à respecter la diversité des genres dans l'énoncé de sa mission, afin de:

- Produire un programme organisationnel sur la façon de remplir l'engagement en matière de diversité des genres, accompagné d'objectifs mesurables (par ex., nombre de femmes membres des comités de direction et occupant des postes de dirigeantes), de l'attribution de responsabilités, d'un plan d'action et de procédures de suivi de la mise-en-œuvre.
- Etablir un budget pour les initiatives liées au genre au niveau organisationnel.
- Identifier un individu au niveau des organes exécutifs qui défend la politique et le programme d'égalité des genres de l'organisation.
- Désigner une personne ou une équipe chargée de gérer l'égalité des genres au sein de l'organisation.
- Inclure le genre en tant qu'indicateur de performance au tableau de bord organisationnel.

b. Egalité entre les genres sur le lieu de travail

Les politiques, initiatives et activités suivantes peuvent aider à atteindre les objectifs de diversité et d'égalité des genres sur le lieu de travail:

- Garantir des salaires, des horaires et des bénéfices justes et équivalents, incluant des allocations de retraite pour un travail comparable, indépendamment du genre. Procéder à des révisions régulières de l'équité des salaires.
- Entreprendre des campagnes de recrutement et de rétention ciblant les femmes et les hommes.
- Garantir qu'à la fois femmes et hommes participent aux jurys de sélection.
- Encourager l'emploi de femmes et d'hommes dans des occupations normalement considérées comme non traditionnelles.
- Offrir des opportunités de développement professionnel comme le réseautage formel ou informel et des possibilités de mentorat égales pour les femmes et les hommes à tous les niveaux, y compris pour les femmes travaillant dans des domaines non traditionnels.
- Mettre en œuvre des actions concrètes et vérifiables promouvant l'équilibre entre la vie et le travail, tels que des options de travail flexibles, le congé familial, les soins pour les personnes à charge, les programmes de mieux-être et les opportunités de départ et de retour de la main-d'œuvre. Permettre aux employés de partir en congé de maternité, en congé parental ou pour d'autres raisons liées à des responsabilités familiales.
- Permettre aux employés de prendre congé en raison de soins médicaux ou traitements leur étant destinés ou étant destinés à leurs dépendants, y compris le planning familial, le conseil et la santé reproductive, tout en encourageant la possibilité de retrouver des postes équivalents en matière de salaire et de statut en cas de problèmes de santé.
- Exclure la discrimination basée sur le statut marital, parental ou reproductif concernant des décisions en matière d'emploi et de promotion.

- Envisager le soutien de l'accès à la garde d'enfants, soit en offrant des services de garde d'enfants, soit en mettant à disposition de l'information et des ressources au sujet de tels services.
- Fournir une protection contre l'exposition aux produits chimiques toxiques ou dangereux sur le lieu de travail, particulièrement lorsqu'il est établi ou qu'il existe une éventualité que ces substances aient des effets néfastes sur la santé des femmes et des hommes, y compris sur leur santé reproductive.
- Interdire et éviter toute forme de violence sur le lieu de travail, y compris la violence verbale, physique et le harcèlement sexuel. Fournir aux employés de l'information sur la violence à l'égard des femmes.
- Mettre en œuvre des initiatives garantissant la sécurité des employés de sexe féminin sur le lieu de travail, ainsi qu'au cours des trajets vers et depuis ce dernier, ou encore lors de voyages liés aux affaires de la compagnie.
- Assurer la présence de toilettes séparées et, si nécessaire, de vestiaires pour les employées et pour les employés.

Etape 2 Évaluation

Figure 48: Suggestions de mesures de la performance de l'égalité entre les genres sur le lieu de travail (source: GRI & IFC, 2009)

Objectif organisationnel	Évaluation		
	Basique	Modéré	Avancé
Système salarial juste et objectif		Taux de rémunération moyen de tous les employés et par catégorie d'employés, par genre	
	Attitude de la direction vis-à-vis des horaires flexibles	Taux de participation aux arrangements de travail flexibles, par genre	
	Initiatives offrant de l'aide à la garde d'enfants et/ou des services de garderie à leurs employés	Taux de retour de congé de maternité/paternité/parental, par genre	
Offre égale d'opportunités d'emploi	Initiatives de promotion d'opportunités égales sur le lieu de travail	Rapport entre le nombre de candidatures et de nouveaux contrats signés, par genre	
Soutien du développement des ressources humaines	Nombre moyen des heures de formation par an, par employé, par genre et catégorie d'employés à temps partiel et à temps plein	Pourcentage de promotions au sein des catégories principales d'employés de l'organisation, par genre	
Garantie d'un environnement de travail sûr et sain	Initiatives visant à informer, éduquer et former sur le harcèlement sexuel sur le lieu de travail	Nombre total d'incidents de harcèlement sexuel et actions entreprises, par genre	

Mise en place d'un mécanisme de plaintes efficace pour les travailleurs	Disponibilité au sein de l'organisation de canaux de suivi des plaintes concernant des discriminations liées au genre		
---	---	--	--

Vert = exemples d'évaluation de la performance qualitative

Jaune = exemples d'évaluation de la performance quantitative

Etape 3 Compte-rendu des réalisations et progrès accomplis

Compte-rendu public des progrès accomplis en matière d'égalité entre les genres. Bien que de nombreuses compagnies reconnaissent maintenant les arguments économiques en faveur de l'égalité entre les genres et aient lancé des programmes et initiatives visant à autonomiser les femmes, rares sont celles qui entreprennent un suivi de leurs performances ou communiquent leurs progrès de manière transparente.

Les compagnies qui rapportent leurs progrès se sont rendu compte que ceci leur permettait de se fixer des objectifs et cibles en matière d'égalité entre les genres. Le fait de pouvoir communiquer ses progrès peut aussi générer un avantage concurrentiel.

Exemple: British Telecom (BT)

BT endosse le concept de diversité en tant que moyen actif de stimuler l'entreprise, y compris la diversité des genres: attirer, promouvoir et maintenir un nombre plus élevé de femmes par ses politiques et pratiques en matière de recrutement, de rétention de la main d'œuvre, de gestion des talents et de rémunération, acquérant ainsi un avantage concurrentiel par la mise en place d'un personnel plus compétent. BT contrôle l'équité des salaires et dispose de structures salariales assurant que des employés offrant une valeur égale reçoivent des salaires égaux. Les structures de paiement en place garantissent que, pour tous les rôles, les salaires soient basés sur les compétences requises par le rôle en question. Les politiques flexibles de BT en matière de travail à distance permettent aux employés de servir la clientèle tout en assumant leurs responsabilités envers leur famille et leur communauté au sens plus large. BT offre à ses employés l'accès à une grande variété d'informations et de services via son portail «Family and You». Le portail identifie les étapes critiques au cours d'une vie ainsi que les dispositions prises par BT et d'autres pour soutenir leurs employés. Par exemple, les nouveaux parents sont orientés vers des conseils concernant les chèques garderie et le futur personnel de la garderie est relié au «Carers Network» (Réseau BT du Personnel de Garderie). Le Réseau BT des femmes offre à celles-ci un soutien leur permettant de participer à la gestion et d'atteindre des postes de cadres dirigeants. Chez BT, 99 pourcent des nouvelles mères reprennent leur travail au retour de leur congé de maternité. BT compare régulièrement ses pratiques et approches avec celles d'autres organisations en pratiquant des études comparatives; au Royaume-Uni, BT est en ce moment classée au Top 10 des employeurs pour «Opportunity Now» (Genre) et «Working Families» (parents au travail, gardes d'enfants et équilibre entre vie professionnelle et privée). La compagnie figure dans la liste des 50 premiers employeurs pour femmes du Times' en 2011.

Remerciements

Oxfam International, 2012, Gender equality, it's your business. Briefings for Business No 7. International Edition. © Oxfam International February 2012.

IFC & GRI, 2009, Embedding Gender in Sustainability Reporting, A Practitioner's Guide Executive Summary. IFC In partnership with the governments of Germany, Iceland, and Switzerland.

United Global Impact and UNIFEM, 2009, Women's Empowerment Principles. Equality Means Business.

Une présentation fournissant une vue générale sur les principes d'autonomisation des femmes est également disponible sur Slideshare.

Outil 4.3b Le monde des affaires en tant qu'acteur essentiel dans les chaînes de valeur

De Oxfam International, GRI & IFC et UNIFEM & UNGC

Pourquoi utiliser cet outil?

L'externalisation de la production de biens et de services vers les petites et moyennes entreprises des pays en voie de développement a créé de nouvelles opportunités pour l'emploi des femmes, à la fois en tant qu'employées et qu'entrepreneuses. Cependant, la plupart de ces emplois sont informels et il manque souvent aux travailleurs la protection d'un cadre légal ou régulateur en termes de salaires, d'heures de travail ainsi que d'allocations de chômage. De plus, seulement quelques entrepreneuses réussissent à s'intégrer au sein de chaînes à haute valeur.

Les femmes constituent un pourcentage croissant de la main-d'œuvre mondiale travaillant dans l'agriculture et produisent une grande partie de l'ensemble des produits alimentaires de base. Cependant, celles-ci disposent d'un accès inégal aux intrants essentiels, à la propriété foncière et aux services – comme le crédit, l'encadrement – tous d'une grande importance pour la prospérité d'une entreprise agricole. Les grandes compagnies et leurs fournisseurs peuvent prendre des mesures visant à appuyer les droits des femmes ainsi que les opportunités économiques au sein des chaînes d'approvisionnement, tout en assurant l'accès aux canaux de produits agricoles non encore exploités pour leur compagnie.

Les compagnies reconnaissent de manière croissante le potentiel des marchés précédemment inexploités et moins affluents des pays en voie de développement et prennent les femmes en compte à la fois en tant que clientes ainsi qu'en tant qu'agents commerciaux et distributrices de produits, pour atteindre ces marchés. Cette tendance – décrite comme vendre à «la base de la pyramide»- implique le développement de produits tels que des produits financiers de microcrédit ou de micro assurance, des services bancaires par téléphone, des fours sans fumée ou simplement des médicaments et cosmétiques en conditionnements de plus petites tailles répondant aux besoins des groupes pauvres.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- *Eviter de ternir votre réputation*

Etre conscient des conditions réelles prévalant dans votre chaîne de valeur, ainsi que le fait d'engager un dialogue constructif alimentant un processus d'amélioration continue au niveau de l'équité des genres, diminue grandement les risques pour une compagnie d'endommager soudain sa réputation. L'intérêt du consommateur et des médias pour les conditions des chaînes d'approvisionnement grandit à mesure que le monde devient plus petit et de plus en plus étroitement connecté. Opter pour une relation honnête, à long terme, avec votre base d'approvisionnement, récompenser les fournisseurs qui respectent au mieux vos normes en matière d'égalité entre les genres et de droits de l'homme, ainsi que les acheteurs qui s'approvisionnent en produits auprès des meilleurs fournisseurs, mènera à des normes plus élevées au sein de votre chaîne, à des relations commerciales à plus long terme et à un modèle commercial plus stable.

- *Diversification des fournisseurs*

Faire des affaires avec une gamme diversifiée de fournisseurs (y compris les entreprises appartenant à des femmes) réduit les risques liés à la chaîne d'approvisionnement.

- *Qualité et productivité accrue des cultures*

Il existe des arguments commerciaux convaincants poussant à acheter davantage auprès de petites exploitantes et à fournir de meilleurs intrants et formations étant donné que les femmes constituent la majorité de la base de producteurs agricoles dans de nombreuses parties du globe. Il est prouvé que le fait de permettre aux femmes d'accéder de manière égale aux intrants, aux services et aux terres améliore les rendements. Il est démontré que les petites exploitantes accordent souvent une plus grande attention que les hommes à la qualité des cultures et que la productivité tend à augmenter consécutivement à l'accroissement de l'accès de celles-ci aux formations techniques.

- *Créer de nouveaux marchés*

Les produits et services du bas de la pyramide permettent aux compagnies d'identifier de nouveaux marchés et au mieux, de fournir des services vraiment essentiels à ceux qui avaient précédemment été identifiés comme non rentables par les marchés commerciaux. Ils peuvent ouvrir des voies commerciales totalement nouvelles pour les compagnies.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil fournit une liste récapitulative des actions possibles qui peuvent être entreprises par la direction d'une compagnie. La liste récapitulative peut aussi être utilisée pour faire pression afin d'encourager la direction à faire face aux inégalités entre les genres au sein de leur chaîne d'approvisionnement.

Comment cela fonctionne-t-il?

Cet outil traite des trois étapes suivantes, pouvant être considérées comme subséquentes. En réalité elles seront utilisées de façon interchangeable au cours d'un processus itératif:

Mise-en-œuvre et pratique

1. Gestion générale de la chaîne d'approvisionnement
 - a. L'entreprise en tant qu'acheteur de produits alimentaires de base
 - b. Vente de produits et services (bas de la pyramide)
2. Evaluation
3. Rédaction de rapports

Etape 1 Mise-en-œuvre et pratique

a. Gestion générale de la chaîne d'approvisionnement

Le service des achats ou les personnes chargées des contrats et de la gestion des relations avec les fournisseurs jouent un rôle significatif au niveau des politiques, des critères et de la prise de décision des organisations concernant la sélection des fournisseurs. Il existe une gamme d'initiatives et d'activités que peuvent entreprendre les organisations dans le cadre d'une stratégie institutionnelle de viabilité de l'égalité entre les genres.

Promotion des pratiques d'égalité entre les genres au sein de la chaîne d'approvisionnement:

- Publier un énoncé des politiques/une position clair(e) et sans équivoque au niveau exécutif aidant à garantir que les employés et le public sont au courant du soutien de l'organisation envers les pratiques d'égalité entre les genres au sein de leur chaîne de valeur.
- Mettre en place des politiques et procédures d'approvisionnement respectueuses de la question du genre.
- Identifier des mécanismes aidant à garantir que les fournisseurs respectent ces politiques et procédures leur permettant d'être acceptées à ce titre.

- Organiser des programmes de mentorat et de formation sur les pratiques respectueuses de l'égalité des genres et l'élaboration de rapports sexospécifiques.
- Rechercher des fournisseurs partageant l'engagement de l'organisation envers l'égalité entre les genres. Exiger des fournisseurs potentiels qu'ils procurent des informations sur leurs politiques en matière de genre et sur la diversité de leurs fournisseurs.
- Publier une liste des plus gros fournisseurs et de leurs politiques en matière de genre.
- Demander des audits indépendants des données des fournisseurs en matière de performance dans le domaine de l'égalité entre les genres.

Promotion de la diversité du fournisseur:

- Adopter une définition largement acceptée d'une «entreprise féminine» ayant pour objectif de pouvoir élaborer des rapports efficaces, rendant compte de la diversité des genres au sein de la chaîne d'approvisionnement.
- Déterminer la valeur financière et le pourcentage des dépenses totales en approvisionnement effectuées par le fournisseur, détaillés par genre et par type de fournisseur.
- Dans les limites du cadre légal local, analyser la chaîne d'approvisionnement existante afin d'établir une base de données du nombre actuel de fournisseurs de premier et de second rang répondant à la définition des entreprises féminines. Identifier les opportunités d'atteindre les entreprises détenues et gérées par des femmes et renforcer les partenariats avec celles-ci.
- S'il y a lieu, établir des objectifs visant à accroître le nombre d'entreprises féminines au sein de la chaîne d'approvisionnement.
- Travailler avec une organisation tierce pouvant aider à identifier, vérifier et certifier les entreprises dont les propriétaires sont des femmes dans l'organisation de la chaîne d'approvisionnement.
- Identifier un «défenseur de l'entreprise féminine» au sein du département d'approvisionnement de l'organisation afin de suivre les statistiques de diversité des fournisseurs.
- Mettre à la disponibilité du personnel une liste d'entreprises féminines d'approvisionnement et de sous-traitance à inclure dans les processus d'approvisionnement (particulièrement durant les visites itinérantes au stade de l'expression d'intérêt).
- Accroître la transparence en rendant publiques des informations essentielles concernant le fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement de l'organisation, la manière dont l'organisation s'approvisionne auprès des fournisseurs, ce qui provient des fournisseurs et, s'il y a lieu, comment les petites et moyennes entreprises (PME) peuvent s'inscrire en tant que fournisseurs privilégiés et entrer en compétition pour l'obtention de contrats.
- Créer des initiatives de visites itinérantes, proposer au fournisseur un programme de mentorat ainsi que des manifestations de rapprochement et des «foires d'approvisionnement» ciblant les entreprises dont les propriétaires sont des femmes, afin de soutenir le développement de leurs capacités, ce qui permettra à celles-ci de devenir des fournisseurs de qualité.

b. L'entreprise en tant qu'acheteur de produits alimentaires de base

Acheter aux petites exploitantes

- Garantir qu'un plus grand nombre de femmes bénéficient d'une formation technique, de services d'encadrement et d'intrants de production fournis par votre compagnie – par exemple, en recrutant du personnel d'encadrement féminin comme masculin et en adaptant les méthodes de formation aux femmes.

- Garantir que les critères d'admission pour les systèmes d'agriculture contractuelle et les groupes de petits exploitants fournisseurs offrent des opportunités égales aux femmes.
- S'approvisionner activement auprès de groupes de petites exploitantes.
- Garantir que les prix des produits permettent aux cultivateurs de recevoir un salaire suffisant.
- Introduire des objectifs de représentation des femmes aux comités des systèmes d'agriculture contractuelle et récompenser les coopératives qui atteignent ces objectifs à l'aide de contrats commerciaux plus nombreux.
- Accroître la participation active et le leadership des femmes au sein des groupes de petits exploitants et de coopérative où vous vous fournissez.
- Soutenir et promouvoir les droits des femmes, y compris les droits égaux à la propriété, l'égalité dans la prise de décision, le droit égal au travail et au loisir et la liberté d'association.

c. L'entreprise en tant que fournisseur de services et de produits dans les économies en voie de développement; le marché inexploité du «bas de la pyramide»

Les femmes en tant que clientes

- Les femmes constituent une clientèle inexploitée, car elles tendent à acquérir des biens et des services au nom de l'ensemble du ménage.
- Là où les produits «bas de la pyramide» sont développés en gardant à l'esprit les marchés féminins, assurer que les produits répondent réellement aux besoins des consommatrices. Les compagnies doivent se tenir informées des débats en cours concernant le développement de produits et de modèles de vente à l'essai dans les pays en voie de développement et utiliser des cadres d'évaluation reconnus et aux impacts sociaux positifs afin d'évaluer l'impact social et lié au genre des produits destinés aux marchés du «bas de la pyramide».
- Les compagnies qui cernent les différents besoins des femmes et des hommes aux différents niveaux de la société produisent de la marchandise plus appropriée capable de répondre à la demande des consommateurs. Pour ce faire, les compagnies doivent assurer un équilibre entre femmes et hommes au sein de leurs équipes de développement de produits et de commercialisation. Elles doivent aussi procéder à des essais sur le marché impliquant des consommatrices, des sections plus larges de la communauté et des ONG locales qui auront une bonne idée des besoins sociaux spécifiques dans leur zone de marché.

Les femmes en tant qu'employées (par ex. des agents commerciaux)

- Garantir la sécurité de tous les travailleurs de votre chaîne de valeur au cours de leurs opérations journalières.
- Dans le cas d'agents de distribution itinérants, la sécurité des distributeurs est un souci premier: les femmes voyageant seules pour affaires sont exposées à des risques que les compagnies ont le devoir de minimiser. Ceci peut impliquer de leur fournir des téléphones portables qu'elles pourront utiliser pour annoncer leur localisation, ou de proposer des mesures de sécurité supplémentaires lorsqu'elles vendent à domicile.

Etape 2 Évaluation

Figure 49: Mesures suggérées de la performance en matière d'égalité entre les genres dans la chaîne d'approvisionnement (source: GRI & IFC, 2009)

Objectif Organisationnel	Évaluation		
	Basique	Modéré	Avancé
Faire des affaires avec des organisations respectant l'égalité entre les genres	Description de l'égalité entre les genres dans les politiques et plans d'approvisionnement	Pourcentage de fournisseurs disposant de politiques et programmes d'égalité entre les genres	Pourcentage de fournisseurs qui font des rapports sur leurs politiques et pratiques en matière d'égalité entre les genres
			Répartition des genres au sein de la main-d'œuvre du fournisseur
			Pourcentage des postes de gestion des fournisseurs, par genre
Promotion de l'entrepreneuriat féminin et de la diversité du fournisseur			Valeur financière ainsi que pourcentage de l'approvisionnement total par fournisseur et type de bien ou de service, divisés par genre et type de fournisseur
			Ratio hommes-femmes des actionnaires des fournisseurs

Vert = exemples d'évaluation de la performance qualitative

Jaune = exemples d'évaluation de la performance quantitative

Développez des tableaux similaires pour

- L'achat aux petites exploitantes
- Les femmes en tant que clientes
- Les femmes en tant qu'employées (par ex. des agents commerciaux)

Etape 3 Rédaction de rapports

Rédigez régulièrement des rapports sur les accomplissements réalisés. La gestion et les rapports concernant des questions ayant trait au développement durable, y compris le genre, sont habituellement considérés du domaine de grandes organisations, mais sont des pratiques de plus en plus fréquentes chez les petites et moyennes entreprises au sein de la chaîne d'approvisionnement mondiale.

On assiste à une tendance émergente selon laquelle ces plus petites mais néanmoins importantes organisations rédigent leurs propres rapports de développement durable et les font certifier par des prestataires externes. En 2007, plus de 80 rapports ont été publiés par des PME au sein de la chaîne d'approvisionnement mondiale.

Une des approches visant à rassembler des informations en matière de genre sur la chaîne d'approvisionnement est celle selon laquelle les plus grandes organisations collaborent avec leurs fournisseurs et encouragent ceux-ci à produire des rapports sur le développement durable contenant des informations en matière de genre.

Les plus grandes organisations pourraient inclure, dans leurs propres rapports sur le développement durable, des informations sur leurs initiatives déjà en place visant à aider les fournisseurs à mettre en œuvre des politiques et programmes d'égalité entre les genres ainsi qu'à établir des rapports sur ces activités.

Exemples

I Gestion générale de la chaîne d'approvisionnement

1 La société MAS

Alors que la ségrégation de la main-d'œuvre en fonction du genre est bien souvent une caractéristique de la participation des femmes dans la fabrication de vêtements, des compagnies éclairées ont pris des mesures pour enrayer ceci. La société MAS, un fournisseur de textiles au Sri Lanka, a réalisé que ses travailleuses quittaient la compagnie une fois mariées ou mères de famille, créant de la sorte une pénurie de talents. La compagnie effectua un sondage auprès de ses employées afin de comprendre ce qui pourrait les aider à poursuivre leur travail. Des garderies, une éducation dans le domaine de l'informatique et en anglais, ainsi que des formations à l'avancement professionnel ont mené à un roulement moins important du personnel et à des ressources plus importantes en matière de futurs managers. Malgré la concurrence d'autres fournisseurs aux coûts moins élevés, son engagement envers les droits et l'autonomisation des femmes a rapporté à MAS des contrats avec des compagnies telles que Victoria's Secret, Gap, Nike, Adidas, and Marks & Spencer. MAS a gardé une longueur d'avance en investissant dans sa main-d'œuvre féminine et son engagement est payant.

2 Le Body Shop

Les femmes ont toujours occupé un rôle central au sein du programme d'approvisionnement du Body Shop's Community Fair Trade. Travaillant avec plus de 25'000 fermiers de par le monde, cinq des partenaires de la compagnie sont des associations de petits exploitants dirigées par des femmes, qui entretiennent et récoltent les ressources naturelles des terres afin de produire des matières premières pour le Body Shop. Les associations développent également des projets sociaux qui bénéficient directement aux membres des familles et aux communautés. Ceux-ci incluent des projets comme la construction d'écoles et de centres de soins de santé en région rurale ainsi que l'éducation des femmes membres concernant l'importance de la sécurité financière et notamment des comptes-épargnes. Les femmes qui produisent les matières premières pour le Body Shop sont aussi encouragées à faire du commerce sur les marchés locaux et à utiliser des pratiques biologiques. Ceci signifie que les femmes sont en mesure de construire leurs propres entreprises et de développer leurs propres communautés, alors que le Body Shop conserve une base d'approvisionnement de qualité fiable.

Citation:

«... Nous travaillons avec de très grosses entreprises clientes et avec de grands organismes gouvernementaux sur nos marchés cibles, qui souhaitent que leurs chaînes d'approvisionnement soient plus inclusives et plus représentatives de leurs communautés, et ceci inclut les entreprises à la tête desquelles se trouvent des femmes, en tant que fournisseurs...» -- Elizabeth Vazquez, Quantum Leaps Inc. et WE Connect International, Etats-Unis

II L'entreprise en tant qu'acheteur de produits agroalimentaires de base**Citation:**

«... Des recherches récentes mandatées par la Fondation Bill & Melinda Gates montrent qu'en augmentant la participation des femmes aux programmes d'approvisionnement pour petits exploitants, de nombreuses compagnies alimentaires internationales peuvent augmenter la productivité et la qualité des cultures, développer la base d'approvisionnement des petits exploitants et améliorer l'accès aux marchés de haute valeur...» - M.K. Chan (2010)

3 FRICH

Le projet FRICH (Food Retail Industry Challenge Fund) soutient les cultivateurs sous-traitants de la compagnie de thé Finlay au Kenya à mettre sur pied cinq nouvelles coopératives. Afin que des cultivateurs de sexe féminin aussi bien que de sexe masculin puissent se joindre aux coopératives en leur propre nom, le projet base les critères d'adhésion sur le fait que les cultivateurs aient été assignés des terres où ils ont un contrôle sur le produit: des titres de propriété formels ne sont pas nécessaires (ce qui est important étant donné que la plupart des femmes africaines ne possèdent pas de terres). En outre, parce que les productrices sont souvent enregistrées sous le nom de leurs maris, même lorsque ceux-ci ne sont pas impliqués en agriculture, le projet insiste sur le fait que dans de tels cas, ce soit la femme qui soit inscrite comme membre. Finalement, afin de garantir que les femmes (et les jeunes) soient représentés dans les structures gouvernantes des coopératives, des quotas ont été établis pour les divers niveaux de la direction: par exemple, chaque centre d'achat doit élire un homme plus âgé, une femme plus âgée, un jeune homme et une jeune femme pour former son comité.

III Vendre des produits et des services (bas de la pyramide)**4 Vodafone Kenya; M-PESA Kenya**

Le manque d'accès à l'argent liquide, à l'épargne et à l'assurance sont des problèmes auxquels font face de nombreuses femmes pauvres en Afrique. Au Kenya, Vodafone a lancé M-PESA, une infrastructure de service bancaire par téléphone portable permettant aux individus d'effectuer des paiements, d'envoyer de l'argent à la famille, de transférer de l'argent et de rembourser des prêts. Des rapports récents prouvent que les services bancaires par téléphone portable, cruciaux dans les zones rurales bénéficiant de peu de ressources, permettent aux femmes de contrôler leur propre argent, favorisent l'entrepreneuriat et réduisent pour ces femmes la charge que représente le fait de se rendre auprès des membres masculins de leur famille –souvent en ville– pour aller chercher de l'argent, leur évitant ainsi des voyages qui peuvent leur prendre jusqu'à une semaine.

Ce service atteint neuf millions de kenyans et s'étend rapidement à l'Inde, à l'Afrique du Sud, à la Tanzanie et l'Afghanistan. En tant qu'ancien directeur général de Vodafone, Arun Sarin a expliqué: «M-PESA n'est pas une œuvre de charité. Il s'agit en fait d'une entreprise prospère,

favorable à la société. Si nous pouvons aider à améliorer la qualité de vie de millions de personnes, il n'y a rien de mieux que puisse faire une compagnie comme Vodafone.»

Remerciements

Oxfam International, 2012, Gender equality, it's your business. Briefings for Business No 7. International Edition. © Oxfam International February 2012.

IFC & GRI, 2009, Embedding Gender in Sustainability Reporting, A Practitioner's Guide Executive Summary. IFC In partnership with the governments of Germany, Iceland, and Switzerland.

United Global Impact and UNIFEM, 2009, Women's Empowerment Principles. Equality Means Business. In addition, a presentation providing an overview of the Women's Empowerment Principles can be found on Slideshare.

Une présentation fournissant une vue générale sur les principes d'autonomisation des femmes est également disponible sur Slideshare.

Outils 4.3c L'entreprise et la communauté

De Oxfam International, GRI & IFC and UNIFEM & UNGC

Pourquoi utiliser cet outil?

Les entreprises peuvent promouvoir l'égalité entre les genres dans leurs opérations en s'impliquant auprès des communautés locales au sein desquelles elles opèrent. Cet engagement peut prendre la forme de la gestion par les organisations de leurs impacts négatifs sur les communautés, comme les dégâts environnementaux, les déplacements de population et l'utilisation de ressources naturelles.

Les organisations ont également la possibilité de distribuer leur impact positif de manière plus égale parmi les femmes et les hommes au sein de leurs communautés par l'intermédiaire de l'emploi, de contrats, de contributions charitables et d'investissements. Cet outil donne des conseils sur les moyens de faire bénéficier la communauté au sens plus large de votre entreprise.

Que vous rapporte son utilisation?

Un impact de développement accru peut améliorer l'image d'une compagnie et stimuler un moyen de production plus durable en:

- Développant un réservoir de recrutement plus inclusif au sein de la communauté
- Fidélisant les clients locaux
- Evitant les litiges et les perturbations au niveau de ses opérations

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil fournit une liste récapitulative des actions possibles qui peuvent être entreprises par la direction d'une compagnie. La liste récapitulative peut aussi être utilisée pour faire pression afin d'encourager la direction à faire face aux inégalités entre les genres au sein des relations entre une compagnie et la communauté.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Mise en œuvre et pratique

Nous proposons ci-dessous une gamme d'exemples d'initiatives et d'activités communautaires dans lesquelles peuvent s'impliquer les organisations et qui peuvent faire partie d'une approche de la question de l'égalité entre les genres d'une organisation ainsi que d'une stratégie d'engagement communautaire.

L'autonomisation des femmes

- Garantir que les femmes soient représentées dans des organes ayant des fonctions de gouvernance et de prise de décision, comme les comités qui s'impliquent avec la communauté locale et qui décident de projets d'investissement communautaires.
- Consulter le réseau interne de femmes de l'organisation (s'il existe) afin d'obtenir des informations de la part d'employées sur les questions ayant trait au genre au sein de la communauté et les approches possibles pouvant les résoudre.
- Mettre sur pied un processus via lequel les femmes de la communauté sont consultées afin de garantir que leurs voix soient entendues (dans certains cas il peut être utile de consulter les femmes séparément).
- Consulter les femmes durant le processus d'évaluation des projets communautaires et garantir leur représentation au niveau de l'identification et de la sélection d'initiatives communautaires subsidiées par l'organisation ainsi qu'au niveau de la prise de décision et des structures de gouvernance, afin qu'elles puissent participer à l'établissement de la manière

dont les fonds seront dépensés, au sein de quelles communautés et pour quels types d'initiatives.

- Soutenir la création d'un conseil communautaire consultatif (externe) des femmes, si jugé nécessaire.

Initiatives communautaires

- Mettre en relation l'agent officiel de l'organisation en charge de la diversité (s'il y en a un) avec le personnel qui crée et met en œuvre les initiatives communautaires. L'agent officiel en charge de la diversité pourrait apporter une perspective sexospécifique unique aux programmes communautaires.
- Savoir s'il existe des initiatives soutenues par le secteur public, portant sur la question du genre, qui pourraient être intéressantes pour l'organisation. Déterminer s'il peut valoir la peine d'exploiter de telles initiatives au sein d'un accord tripartite (secteur privé, communauté et gouvernement).
- S'assurer que les partenariats éventuels (publics ou privés) aillent de pair avec les valeurs de l'organisation en matière de genre.
- Collaborer étroitement avec les gouvernements et communautés locales au sujet des politiques et pratiques promouvant l'égalité entre les genres et l'autonomisation des femmes.
- Considérer le volontariat des employés comme un mécanisme aidant à mieux comprendre et faire face aux questions liées à l'égalité entre les genres au sein de la communauté locale.
- Assurer la mise à disposition de la communauté locale d'information au sujet de la violence domestique.

Renforcer les capacités des Femmes

- Afin de permettre la participation efficace des femmes aux programmes de la communauté locale à travers les stades de création et de mise-en-œuvre, il faut identifier les besoins éducatifs des femmes au sein de la communauté et aider à garantir que ces besoins soient satisfaits.
- Fournir des informations sur les carrières ainsi que des programmes de formation créés pour la communauté locale, qui soient accessibles aux femmes et aux hommes et qui ciblent ces derniers.
- Considérer l'établissement de programmes encourageant les femmes à investir des domaines non traditionnels liés à l'organisation.

Evaluation de l'impact social

- S'assurer que les impacts différenciés en fonction du genre sur les communautés locales soient pris en compte au cours d'un processus d'évaluation de l'impact environnemental et social et que les données ventilées par sexe soient incluses dans les données de référence obtenues.

Etape 2 Évaluation

Figure 50: Mesures suggérées de la performance en matière d'égalité entre les genres et de la communauté (source: GRI & IFC, 2009)

Objectif organisationnel	Évaluation		
	Basique	Modéré	Avancé
Contribuer au bien-être des femmes et des hommes dans les communautés concernées	Initiatives, y compris les donations et les subventions, pour traiter la question de l'égalité au sein de la communauté	Approche de la direction au sujet de la consultation des femmes locales concernant l'engagement/l'élaboration de programmes d'investissement communautaires	
	Approche de la direction concernant la définition de l'engagement/des activités d'investissement communautaires, y compris les politiques et critères	Nombre total d'engagements/de programmes d'investissement communautaires ciblant les femmes	Nombre total de bénéficiaires directs des engagements/des programmes d'investissement communautaires, détaillé en fonction du genre
		Approche de la direction, y compris les évaluations de l'impact sur l'égalité des genres, concernant la considération des impacts communautaires liés au genre	Valeur monétaire totale de l'engagement/des programmes d'investissement communautaires, détaillée en fonction du genre des bénéficiaires

Vert = exemples d'évaluation de la performance qualitative

Jaune = exemples d'évaluation de la performance quantitative

Etape 3 Rédaction de rapports

Rendre compte régulièrement des réalisations accomplies. La gestion des questions liées au développement durable et les rapports concernant celles-ci, y compris le genre, sont fréquemment considérés du domaine des grandes organisations, mais sont une pratique de plus en plus courante chez les PME au sein de la chaîne d'approvisionnement mondiale.

On assiste à une tendance émergente selon laquelle ces plus petites mais néanmoins importantes organisations rédigent leurs propres rapports de développement durable et les font certifier par des prestataires externes. En 2007, plus de 80 rapports ont été publiés par des PME au sein de la chaîne d'approvisionnement mondiale.

Une des approches visant à recueillir des informations en matière de genre sur la chaîne d'approvisionnement est celle selon laquelle les plus grandes organisations collaborent avec leurs fournisseurs et encouragent ceux-ci à produire des rapports sur le développement durable contenant des informations en matière de genre.

Les plus grandes organisations pourraient inclure, dans leurs propres rapports sur le développement durable, des informations sur leurs initiatives déjà en place visant à aider les

fournisseurs à mettre en œuvre des politiques et programmes d'égalité entre les genres ainsi qu'à rédiger des rapports sur ces activités.

Citation:

«... L'occasion de discuter de la question du genre dans la rédaction de rapports arrive à temps car les compagnies brésiliennes sont beaucoup plus intéressées aujourd'hui qu'il y a 10 ans par les moyens de dialoguer avec la société au sujet de ce qu'ils font...» - Thereza Lobo, Comunitas, Brazil (extrait du rapport IFC/GRI, voir les remerciements ci-dessous)

Remerciements

Oxfam International, 2012, Gender equality, it's your business. Briefings for Business No 7. International Edition. © Oxfam International February 2012.

IFC & GRI, 2009, Embedding Gender in Sustainability Reporting, A Practitioner's Guide Executive Summary. IFC In partnership with the governments of Germany, Iceland, and Switzerland.

United Global Impact and UNIFEM, 2009, Women's Empowerment Principles. Equality Means Business. In addition, a presentation providing an overview of the Women's Empowerment Principles can be found on Slideshare.

Une présentation fournissant une vue générale sur les principes d'autonomisation des femmes est également disponible sur Slideshare.

4.4 Prestataires de services commerciaux

Outil 4.4a Analyse des services d'un point de vue sexospécifique

Par Vanderschaeghe, Lindo et Sánchez pour Hivos

Pourquoi utiliser cet outil?

Une des principales lacunes dans le domaine de la prestation de services est liée à l'égalité entre les genres. L'absence d'utilisation des services par les femmes est souvent attribuée à un manque d'intérêt de la part de celles-ci: «Les formations techniques n'intéressent pas les femmes» et ainsi de suite. Les prestataires de services et les associations de producteurs essayent rarement de comprendre pourquoi les femmes n'accèdent pas à leurs services. Cet outil donne un nouvel aperçu ainsi que de nouvelles raisons aux prestataires de services et aux associations économiques de concevoir des produits et services garantissant l'égalité entre les genres et l'autonomisation des femmes. Parallèlement, il peut être utilisé pour contrôler et évaluer la rentabilité de leurs services d'un point de vue sexospécifique.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu des différences entre les perceptions des hommes et des femmes concernant le type et la qualité des services offerts par les organisations agricoles ou commerciales et par les prestataires de services.
- Un aperçu des besoins et intérêts variés des hommes et des femmes, en particulier de la demande des femmes envers les services de production et les services commerciaux.
- Les prestataires de services acquièrent un meilleur aperçu de l'importance d'une évaluation différenciée des services comme base pour le développement de produits et de services tenant compte de l'équité entre les genres et de l'autonomisation des femmes.

Qui applique cet outil et pour qui?

Il s'agit d'un outil participatif à utiliser au cours d'ateliers de travail avec un groupe de producteurs, de transformateurs, d'entrepreneurs et entrepreneuses, auxquels hommes et femmes sont invités. Etant donné que la plupart des acteurs économiques sont des entreprises familiales, il est important qu'à la fois maris et femmes soient invités à participer à l'atelier. Invitez les prestataires de services en tant qu'observateurs.

Comment cela fonctionne-t-il?

Les hommes et les femmes travaillent en groupes séparés. Essayez de différencier le groupe en sous-groupes ayant des conditions similaires en termes d'accès et de besoins des services. Par exemple, les femmes membres d'associations de fermiers bénéficient de services de la part de leurs associations; les femmes non-membres ne les reçoivent pas. Une petite entreprise aura un accès ainsi que des besoins différents en matière de services, qu'une entreprise plus importante.

Figure 51: Atelier de travail dans la coopérative de caféiculteurs «José Alfredo Zeledón», San Juan de Río Coco, Nicaragua (source: Lindo et coll., 2009)



Etape 1 Esquisse des services de la chaîne de valeur

Demander à chaque sous-groupe d'effectuer un dessin collectif sur un tableau de conférence, répondant à la question: «Quels services recevez-vous qui vous permettent d'améliorer votre participation dans la chaîne de valeur? Qui fournit ce service?»

Ecrivez sur un autre tableau: «De quels autres services avez-vous besoin afin d'améliorer la performance de votre entreprise dans la chaîne de valeur?»

Etape 2 Echange entre sous-groupes (hommes versus femmes)

Au cours d'une séance plénière, un représentant de chaque sous-groupe explique la signification du dessin de son groupe. Ensuite, on demande à chaque groupe de commenter le dessin de l'autre groupe.

- Que pensent les hommes des dessins des femmes?
- Que pensent les femmes des dessins des hommes?
- Quelles similarités et différences percevez-vous entre les dessins et les besoins des hommes et des femmes?
- Pourquoi ces différences?

Demander aux participants de réfléchir aux différences apparaissant entre les hommes et les femmes. L'animateur fait la synthèse des similarités et des différences.

Etape 3 Evaluation des services

En session plénière, le groupe choisit un ou deux services importants à évaluer. On demande à chaque groupe de répondre aux questions suivantes, sur un tableau de conférence, pour chacun des services analysés:

- Qui reçoit le service (nombre d'hommes et de femmes, tous les membres ou une partie d'entre eux, femmes, fils et filles, les familles vivant à proximité de la route, etc.)?
- Comment le service est-il fourni (temps, lieu, conditions, etc.)?
- Combien coûte le service?
- Etes-vous satisfaits du service?
- Que suggérez-vous pour améliorer le service?

Etape 4 Réflexion – session plénière

Les groupes présentent leurs résultats en séance plénière. L'animateur aide à faire la synthèse des réflexions et recommandations les plus importantes pour l'amélioration de services d'un point de vue sexospécifique.

Durée: 3 heures.

Matériel:

- Tableau de conférence
- Ruban adhésif
- Feutres à fine pointe de couleurs différentes
- Feutres à pointe large

Recommandations pour le processus

Non seulement les services productifs et commerciaux, mais aussi les services reproductifs (crèches, services de soins de santé, etc.) sont importants pour les femmes afin que celles-ci puissent alléger leur charge de travail et libérer du temps.

Remerciements

Vanderschaeghe, M., P. Lindo et J. Sánchez (2009) 'Atelier de validation des outils permettant de faire face aux inégalités entre les genres au sein des organisations de producteurs' Hivos

Figure 52: Atelier de travail dans la coopérative de caféiculteurs «José Alfredo Zeledón», San Juan de Río Coco, Nicaragua (source: Lindo et coll., 2009)



Outil 4.4b Le jeu de la chaîne de valeur

De Oxfam, Outils de formation utilisés dans le cadre des projets d'appui en leadership économique à l'intention des femmes pauvres

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil aide les entreprises à se positionner au sein d'une chaîne de valeur, à analyser comment elles sont liées à d'autres entreprises et organisations, et par conséquent à obtenir un aperçu de la façon dont elles peuvent accroître la demande ainsi que les retours pour leurs commerces. Il comporte une étape particulière sur (l'équilibre entre les genres dans le domaine de) la propriété des entreprises.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu d'une industrie.
- Une analyse de notre implication dans l'industrie.
- Une idée de l'implication des femmes dans les différentes entreprises de la chaîne de valeur.
- La possibilité d'explorer la rentabilité des entreprises existantes ou émergentes.
- La possibilité d'explorer les moyens de participer à des secteurs plus récents, plus rentables.
- Comprendre la relation avec d'autres processus commerciaux.

Comment cela fonctionne-t-il?

Il s'agit d'un outil participatif destiné à être utilisé au cours d'un atelier de travail réunissant des entrepreneuses et entrepreneurs issus de différents liens d'une chaîne de valeur. Pour le jeu, vous aurez besoin de plusieurs morceaux de papier cartonné vierges.

Le jeu de la chaîne de valeur est basé sur une boîte à outils produite par Oxfam (voir le lien dans les remerciements ci-dessous).

Etape 1 Créer une chaîne de valeur (30 min)

1. Demandez aux participants de penser à plusieurs entreprises d'une chaîne de valeur, en commençant par l'une d'entre elles et en posant la question suivante: «Quelles autres entreprises lui offrent des ressources ou un marché?» Etablissez la liste des entreprises potentielles de la chaîne de valeur sur un tableau.
2. Divisez les participants en deux groupes. Assignez quelques-unes des entreprises de la liste à chaque groupe et donnez-leur le même nombre de cartons vierges.
3. Expliquez que chaque groupe doit «illustrer» les entreprises de la liste, une par carton. Les participants sont libres d'utiliser des mots ou des images.

Etape 2 Agencer la chaîne de valeur (30 min)

1. Créez de nouveaux groupes et distribuez un des cartons «chaîne de valeur» (CV) juste terminé à chacun d'entre eux.
2. Chaque groupe doit décrire à tour de rôle l'entreprise de son carton CV et placer celui-ci dans une ligne à côté, ou entre les cartons déjà disposés sur le sol par d'autres groupes par ordre chronologique, constituant ainsi une chaîne de valeur.
3. Demandez aux groupes s'ils connaissent d'autres entreprises liées à celles qui ont été discutées. Utilisez les cartons vierges pour ajouter des positions appropriées de la chaîne de valeur.
4. Expliquez au groupe que chaque processus commercial alimente (fournit) les autres ou s'alimente de (crée de la demande pour) ceux-ci. Les prix et la rentabilité d'une entreprise dépendent des conditions de l'offre et de la demande.

5. Demandez au groupe d'identifier leur entreprise au sein de la chaîne. Explorez collectivement quelles sont les conditions nécessaires pour une rentabilité maximale de cette entreprise.
6. Expliquez au groupe que la rentabilité d'une entreprise s'accroît à mesure que l'une gagne le contrôle d'autres processus commerciaux aussi bien du côté de l'offre que de la demande.

Etape 3 Où sont les femmes? (15 min)

1. Expliquez au groupe que la tâche consiste à marquer chaque carton avec des épingles rouges et bleues afin d'indiquer l'implication des femmes (rouge) et des hommes (bleu) dans ce segment commercial, à chaque niveau.
2. Les participants doivent utiliser une, deux ou trois épingles de chaque couleur, selon que ce segment commercial implique/emploie peu ou beaucoup de femmes ou d'hommes.
3. Demandez au groupe de discuter collectivement chaque carton tour à tour.
4. Après le marquage de chaque carton, placez-les de façon à ce qu'ils soient visibles pour tous les participants.
5. Demandez au groupe de réfléchir aux cartons. Quelques participants peuvent rapidement échanger leurs idées sur ce qu'implique la répartition des épingles rouges et bleues.

Etape 4 Classement selon la propriété (30 min)

Pour cette activité, les épingles colorées représentant les femmes et les hommes doivent demeurer sur les cartons. Tracez un tableau comme décrit ci-dessous.

Figure 53: Diagramme de la propriété des hommes/des femmes (source: Oxfam, année inconnue)

Propriété des hommes	Propriété des femmes
Placez ici les pièces représentant les entreprises où les propriétaires sont des hommes.	Placez ici les pièces représentant les entreprises où les propriétaires sont des femmes.

Expliquez aux participants que leur tâche est de classer les cartons de la CV dans les cadres afin de décrire la situation actuelle. Certaines pièces peuvent chevaucher les deux cadres, dans le cas où la distinction n'est pas claire.

1. Demandez au groupe de compter les épingles rouges de chaque cadre et de réfléchir ensuite à ce qu'implique cette disposition. Quelques participants peuvent partager leurs idées.
2. Demandez maintenant au groupe de réorganiser les cartons et les épingles de façon à refléter une situation idéale.
3. Donnez la possibilité à chaque participant d'exprimer sa vision des choses, tout en étant attentif aux hésitations et blocages ainsi qu'en faisant face à ces questions.

Etape 5 Demande et rentabilité (45 min)

1. Pour cette activité, enlevez toutes les épingles des cartons. Tracez un tableau comme décrit ci-dessous.
2. Expliquez aux participants que la tâche consiste à placer les cartons de la CV dans les 4 cases en se basant sur les connaissances disponibles. Si l'information au sujet de certaines entreprises n'est pas suffisante, les cartons correspondants peuvent être mis de côté pendant un moment.
3. Demandez aux groupes de réfléchir à la disposition des cartons et d'identifier les entreprises dans lesquelles les femmes devraient être actives, au vu de leur situation actuelle. Gardez les cartons sélectionnés afin d'en discuter et écartez les autres.

4. Discuter les points suivants à propos des entreprises identifiées, dépendamment des cases où elles ont été placées:

- Comment accroître la demande (pour les cartons des cases C et D).
- Comment accroître les retours (pour les cartons des cases A et C).
- Comment réduire les risques de chocs de l'offre/la demande (pour les cartons de la case B).

Les participants peuvent proposer diverses solutions intéressantes mais en général, les questions ne pouvant pas être ignorées au cours des discussions sont:

- Amélioration de la qualité (généralement en adoptant de nouveaux processus) afin d'accroître la demande.
- Augmentation des volumes (généralement par la mécanisation) afin d'accroître les retours.
- Obtenir le contrôle d'autres entreprises clés en amont et en aval afin de garantir la rentabilité.

Figure 54: Demande et rentabilité (source: Oxfam, année inconnue)

	Faible retour	Retour élevé
Demande élevée	A	B
Faible demande	C	D

Recommandations pour le processus

- Les étapes suivent une séquence allant graduellement des questions les plus familières et simples aux plus complexes. Celles-ci devraient aider l'animateur à engager les discussions, mais ne sont pas suffisantes en elles-mêmes. Les formateurs devront mener des discussions plus approfondies sur des questions spécifiques émergeant du terrain.

Exemple: Cartographie de la chaîne de valeur de la canne à sucre

Voici une photo représentant un exercice de cartographie sur la visualisation de la propriété des entreprises et la génération d'emplois pour les hommes et les femmes dans les chaînes de valeur, réalisé au cours d'un atelier de travail avec la coopérative COOPROCA au Nicaragua.

Figure 55: Atelier de travail avec la coopérative COOPROCA, Nicaragua (source: VECO Mesoamerica, 2012)



La cartographie a généré une discussion très intéressante sur les raisons pour lesquelles les hommes se concentrent dans la production et la transformation primaire, alors que les femmes se concentrent en tant que propriétaires d'entreprises, dans la transformation secondaire!

Conclusion de la discussion:

- Les femmes possèdent de petites unités de transformation car c'est la seule option qui s'offre à elles, étant donné qu'elles n'ont pas accès aux terres. Il existe des contraintes culturelles s'opposant au rôle des femmes en tant que productrices et au fait de leur accorder des terres.
- Pour être un producteur, la force physique n'est pas indispensable. Pour être un producteur, il faut pouvoir administrer une ferme. Hommes et femmes disposent de capacités égales à administrer une ferme et à en être le/la propriétaire.

Remerciements

Oxfam, year unknown, Training toolkit for Poor Women Economic Leadership Processes (PWEL). p. 14-19



Outil 4.4c Une mini étude de marché

Du BIT, La combinaison du genre et de l'entrepreneuriat (GET); le programme de formation et le kit de ressources «Aller de l'avant pour les femmes dans l'entreprise»

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil permet aux entrepreneurs (de sexe féminin) de mettre en pratique les 5 P du marketing, en fournissant un guide pratique sur la manière de mener une petite étude de marché. Il est important d'étudier le marché car cela permet d'obtenir des informations concernant les besoins des clients et l'approvisionnement des concurrents. Ceci est nécessaire afin de gérer une entreprise de façon profitable et d'améliorer les opérations commerciales. Cet outil propose des exemples, des conseils et des pratiques d'application dans le domaine afin de mener une petite étude de marché, à l'aide d'un exemple illustrant le cas d'une entrepreneuse.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Il s'agit d'un outil de formation permettant aux participants d'explorer le marché de manière systématique à travers des interviews de femmes d'affaires ainsi que de leurs clients et par l'intermédiaire d'observations des entreprises.

Qui applique cet outil et pour qui?

Les organisations et praticiens dont l'objectif est d'améliorer les compétences commerciales des entrepreneuses des marchés émergents, par l'intermédiaire de formations.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 Préparation

Les participants prépareront et réaliseront des études sur le terrain (étape 3) en visitant des entreprises (magasins, commerçants de rue ou de marchés) en petits groupes (2-4 participants dans chaque groupe). Ils interrogeront les propriétaires ou le personnel d'entreprises, ainsi que des clients, et réviseront l'emplacement et l'exposition de ces commerces. Il existe de nombreux moyens d'organiser ce genre d'études sur le terrain et il appartient à l'équipe formatrice de décider ce qui s'applique le mieux aux participants ainsi que ce qui est faisable en termes de disponibilité et d'accessibilité des emplacements, ainsi que de logistique:

- Tous les participants doivent interroger une personne au moins et effectuer une observation en entreprise et/ou en dehors.
- Dépendamment de la situation, vous pouvez demander aux petits groupes de visiter chacun un type d'entreprise dans un endroit de leur choix; par exemple, un groupe peut se pencher sur des magasins, un autre pourrait sélectionner une entreprise d'artisanat, etc. Si les participants possèdent déjà une entreprise ou ont une idée claire d'entreprise, ils pourraient souhaiter visiter le même type d'entreprise que la leur (ou celle qu'ils planifient de créer). Ou encore, chaque groupe peut visiter un marché ou groupe de producteur différent. Vous pourriez également demander à chaque groupe de questionner ou d'observer les entrepreneuses et entrepreneurs et/ou les assistants du magasin, masculins et féminins, ou les clients, afin d'établir les différences existant entre les sexes au sein de l'étude de marché.
- S'il est possible pour les participants de rendre visite à des «entreprises modèles», il se peut que vous deviez requérir la coopération des propriétaires d'entreprises à l'avance.

Cet exercice pourrait être le dernier de la journée, auquel cas, la mise en commun de leurs découvertes aurait lieu le lendemain.

Etape 1 Questions clés d'une étude de marché (10 minutes)

Présentez cet exercice comme une opportunité de mettre en pratique une étude de marché. Soulignez le fait qu'une étude de marché est essentielle pour les individus ou les groupes qui désirent se lancer dans une entreprise. Demandez aux participants ce qu'ils aimeraient savoir s'ils effectuaient une étude de marché pour leur propre entreprise. Etablissez-en la liste des points clés sur un tableau (à feuillets) en utilisant les questions clés de l'étude de marché (voir figure 53 ci-dessous).

Figure 56: Questions clés d'une étude de marché (source: Bauer et coll. 2004)

Questions clés d'une étude de marché

POURQUOI Que devez-vous savoir et pourquoi: l'objectif de la recherche.

QUOI Que va-t-on étudier: le marché, les consommateurs, les habitudes des consommateurs, les canaux de distribution et de vente.

QUI Quelles personnes contacter (observer et/ou interviewer): clients (potentiels), autres entreprises (concurrents)

COMMENT Qui effectuera la recherche: vous-même ou quelqu'un d'autre? Quelles méthodes utiliser: interviews, observation, revues de statistiques

OÙ L'emplacement: est-il facile ou difficile d'accès? A quoi ressemble-t-il?

Utilisez vos Yeux, vos Oreilles, votre Bouche, Sentez et Touchez!

Afin d'illustrer ceci, donnez l'exemple de Mlle Sameth (voir aussi Etape 7). Mlle Sameth pense commencer à vendre des boissons à l'entrée de l'université où circulent de nombreux professeurs et étudiants. Sameth devrait acheter une charrette mobile, ce qui représente pour elle un gros investissement. Avant de se lancer dans cette entreprise, il faut qu'elle sache si elle pourra attirer suffisamment de clients et quelles sont les préférences de ces clients. Elle décide pour ce faire de conduire une étude de marché simple en interrogeant des clients potentiels à l'entrée de l'université et en achetant des boissons et bavardant avec les personnes qui vendent déjà des boissons sur place.

Etape 2 Développement du questionnaire (45 minutes)

Au cours de cette étape, les participants développeront un bref questionnaire pour leur mini étude de marché. Expliquez qu'une étude de marché consiste généralement en la découverte d'informations portant sur le produit ou service que vous comptez offrir en:

- interrogeant les clients à propos de leurs préférences. Notez: Ceux-ci peuvent être des clients individuels, par exemple, les femmes et les enfants se rendant à l'atelier de réparation pour faire réparer leur vélo ou achetant des provisions pour la famille. Toutefois, les clients peuvent également être d'autres magasins. Par exemple, un groupe de villageoises fabriquant de l'artisanat vendront celui-ci à des magasins de souvenirs pour touristes. Ces magasins deviennent donc leurs clients. Dans ce cas, il est utile pour le groupe de producteurs de s'informer, auprès du personnel ou des propriétaires de ces magasins, des préférences de leurs clients, les touristes.
- interrogeant les propriétaires ou membres du personnel des commerces vendant des produits ou services similaires au sujet du produit ou service et de la concurrence.

- réfléchissant à l'emplacement du commerce et à la manière d'exposer les produits dans le magasin ou sur l'échoppe de marché.

Divisez les participants en 4 à 6 groupes. Donnez à chacun d'entre eux leur tâche (voir Préparation) ou laissez-les sélectionner le type d'entreprise, l'emplacement ou le groupe de produits qu'ils désirent étudier. Pour chaque groupe, chaque participant devra:

- interroger le personnel ou les propriétaires des entreprises et/ou les clients (potentiels) des entreprises sélectionnées: au minimum une interview de la part de chaque participant
- observez l'emplacement et la disposition à l'intérieur de ces entreprises

Demandez à chaque groupe de créer leur propre bref questionnaire pour leur mini étude de marché. Donnez-leur quelques conseils concernant le type de questions sur lesquelles ils désirent se concentrer, en utilisant le questionnaire pour une mini étude de marché (Figure 54).

Figure 57: Questionnaire pour une mini étude de marché (source: Bauer et coll., BIT 2004)

Questionnaire pour une mini étude de marché

Exemples de questions pour interviews concernant les préférences des clients, avec le personnel ou les propriétaires d'entreprises

<ul style="list-style-type: none"> • Qui achète? utilisateurs (pas toujours évident)? 	Profil des clients? Sont-ils aussi des
<ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi achètent-ils? 	Besoin, prestige; habitude; prix
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'achètent-ils? 	Taille, qualité, couleur, design
<ul style="list-style-type: none"> • Quand achètent-ils? les semaines, de manière isolée 	Selon la saison, quotidiennement, toutes
<ul style="list-style-type: none"> • Où achètent-ils? commercial, emplacement, autre 	Marché, maison, poste, centre
<ul style="list-style-type: none"> • Comment achètent-ils? 	Commandes, impulsion, à crédit, en gros
<ul style="list-style-type: none"> • A quelle fréquence achètent-ils? occasionnellement 	Régulièrement, en passant,
<ul style="list-style-type: none"> • En quelles quantités achètent-ils? 	Tarifs d'utilisateurs, en quantités

Exemples de questions pour interviews concernant la concurrence, avec le personnel ou les propriétaires d'entreprises

- Qui sont les concurrents?
- Quels sont leurs avantages?
- Quels sont leurs faiblesses?
- Y a-t-il beaucoup de concurrence?
- Que faites-vous pour attirer les clients afin que ceux-ci viennent chez vous plutôt que chez vos concurrents?

Points essentiels de vos observations

Etape 3 Discutez du questionnaire (15 minutes)

Demandez aux groupes de présenter leurs questionnaires et laissez les autres participants faire des commentaires et des suggestions quant à de possibles améliorations. Avant que les participants ne commencent leur travail sur le terrain, assurez-vous qu'ils comprennent les points essentiels des bonnes pratiques d'interviews:

- Il est préférable de procéder aux interviews en face à face.
- Demandez à chaque personne que vous désirez interroger s'il ou elle a le temps de répondre à quelques questions (choisissez un moment calme, sans trop d'agitation).
- Présentez-vous rapidement, ainsi que l'objectif de l'interview.
- Démarrez avec des commentaires agréables et des questions faciles, étant donné qu'il vous faut établir le contact avec la personne que vous interrogez et donc «briser la glace».
- Posez des questions ouvertes: Que pensez-vous de...? Pourquoi avez-vous choisi ce magasin pour faire vos emplettes?
- Evitez les questions fermées: les questions auxquelles les gens peuvent seulement répondre par «oui» ou par «non».
- Evitez les questions suggestives qui pourraient influencer la réponse de la personne interrogée.
- Ne posez que quelques questions qui soient réellement importantes à la réalisation de votre objectif: l'objectif de l'étude de marché.
- Parlez clairement, dans une langue que votre interlocuteur comprend aisément.
- Suivez une suite logique au fil de vos questions: Ne sautez pas d'un sujet à un autre.
- Remerciez votre interlocuteur à la fin de l'interview.

Demandez aux groupes de subdiviser le travail, de discuter ensemble de leurs découvertes et de se préparer à partager leurs résultats au cours de la séance plénière qui succédera au travail de terrain.

Etape 4 Etude de marché sur le terrain (horaire à déterminer)

Les participants effectuent le travail sur le terrain.

Etape 5 Présentation des résultats (15 minutes)

De retour du terrain (le jour suivant), les groupes discuteront de leurs découvertes et prépareront leurs présentations. Chaque groupe présentera alors brièvement ses questions clés et découvertes majeures à l'ensemble du groupe.

Etape 6 Discussion (15 minutes)

Concluez la session en discutant des questions suivantes:

- Comment cela s'est-il passé? Cela a-t-il été facile ou difficile?
- Quelles sont les principales leçons que vous avez apprises?
- Avez-vous identifié des différences entre les entrepreneurs masculins et féminins, leurs entreprises et leurs clients. Si oui, qu'avez-vous appris et pourquoi?
- Quels sont les points principaux à prendre en considération pour une future étude de marché?
- Est-il utile de procéder à une étude de marché? Pourquoi est-ce important?
- Est-il important de planifier une étude de marché? Pourquoi?

Résumez ces points en conclusion de la session.

Remerciements

Bauer, Susanne, Gerry Finnegan and Nelen Haspels (2004) 'Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise: Training Package and Resource Kit', Bangkok, Berlin and Geneva, International Labour Office, 2004. Exercise 18 'Mini Market Study, from Module 3.2 Marketing, p. 178-187.

Outil 4.4d Gestion des intrants dans le cycle de production

Du BIT, la combinaison du genre et de l'entrepreneuriat (GET); le programme de formation et le kit de ressources «Aller de l'avant pour les femmes dans l'entreprise»

Pourquoi utiliser cet outil?

Il s'agit d'un outil pratique permettant d'obtenir un aperçu de l'ensemble des intrants utilisés dans les différentes phases d'un cycle de production. Les entrepreneuses n'ont pas toujours une vision claire des intrants utilisés dans leur processus de production, elles tendent par exemple à négliger le temps nécessaire durant la phase de préparation. Acquérir une vision générale de l'ensemble des intrants constitue la première étape de la gestion d'une entreprise.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Identifier et apprendre comment gérer les intrants essentiels à la production d'un service de qualité.
- Comprendre les diverses étapes d'un cycle de production.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil est un guide permettant d'animer des sessions de formation sur «la gestion d'intrants dans le cycle de production». Il peut être appliqué par des organisations ayant pour objectif la promotion du développement de l'entreprise parmi les femmes (et/ou hommes) disposant de bas revenus.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 Préparation

- Les outils et matières premières nécessaires à la fabrication d'un produit ou à la prestation d'un service (voir ci-dessus) doivent être empruntés et/ou achetés à l'avance.
 - Intrants destinés à un produit et à un service adaptés pour un endroit donné – voir exemples:
 - Exemple de production – production de limonade:
 - 5 gobelets en plastique, 1 grand bocal, 2 cuillères à soupe, 1 couteau, 1 plateau
 - 10 citrons, 100 grammes de sucre, 1 grande bouteille d'eau potable
 - Exemple de service – la coiffure:
 - Un assortiment d'ustensiles de coiffure: bol d'eau, peigne, serviette, ciseaux, miroir
 - Matière premières nécessaire en tant qu'intrants: eau, shampoing
- Demandez à des volontaires de jouer le rôle des entrepreneurs: une personne pour faire la démonstration de la fabrication d'un produit et une autre pour celle de la prestation d'un service.
- Les participants peuvent se montrer réticents à se lancer dans un jeu de rôle impliquant un contact physique avec une autre personne (dans ce cas, coiffer et/ou couper les cheveux d'un client).
- Les formateurs doivent respecter ceci et donner aux acteurs du jeu de rôle la liberté d'agir comme ils le désirent: ne les forcez en rien.
- Il faut aussi des tableaux à feuillets et des marqueurs.

Etape 1 – 5 minutes

Introduisez les objectifs de l'exercice: apprendre à gérer les intrants nécessaires à la production d'un service de qualité. Les participants visualiseront deux courts cycles de production mis en pratique: l'un concernant la réalisation d'un produit et l'autre, la prestation d'un service. Deux volontaires joueront le rôle d'entrepreneurs et reproduiront le processus de production en

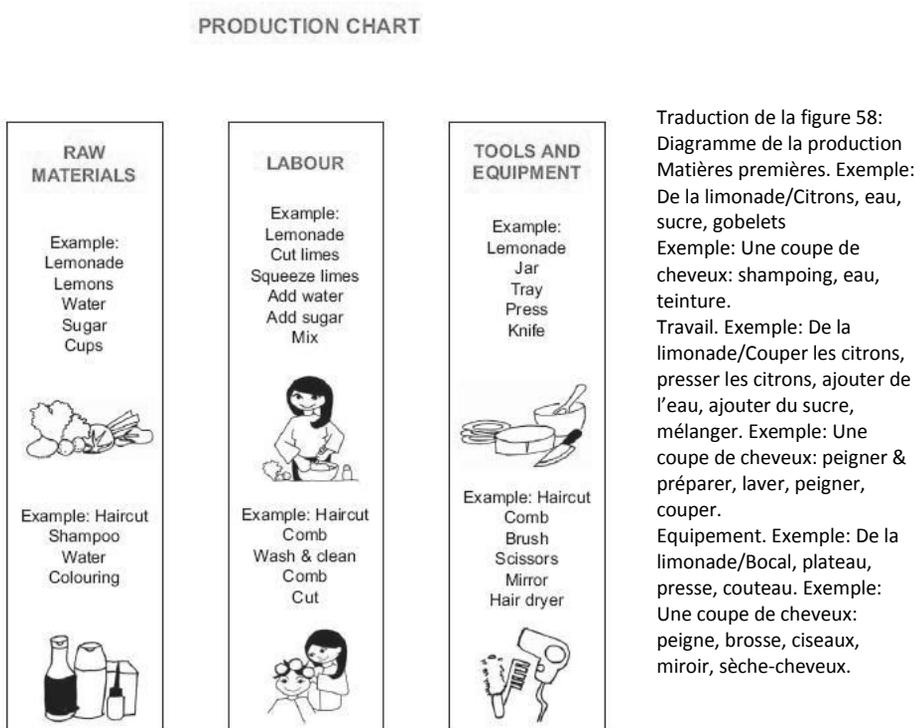
transformant des matières premières à l'aide de leur travail et de leurs outils, en un produit fini ou un service. Par leurs observations et leur analyse, les participants identifieront les éléments clés d'un petit cycle de production.

Etape 2 – 45 minutes

Demandez aux participants quels sont, selon eux, les intrants principaux nécessaires à la production et à la prestation d'un service.

Concluez qu'il existe trois types principaux d'intrants: matières premières, équipement et main-d'œuvre.

Figure 58: Diagramme de la production (source: Bauer et coll., BIT, 2004)



Expliquez aux participants qu'ils seront divisés (hormis deux volontaires) en six petits groupes:

- trois groupes observeront les trois intrants (équipement, matières premières, et temps de travail) de la production de limonade
- trois groupes observeront les trois intrants en coiffure.

Pour chaque processus de production, les trois groupes se verront assigner des tâches différentes:

Tâches du groupe 1:

- Complétez la Liste des matières premières (soit sur le tableau à feuillets ou sur feuille imprimée)
- Comment pensez-vous qu'il soit possible de mieux gérer les matériaux? Décrivez chaque suggestion en détails.

Figure 59: Liste des matières premières (source: Bauer et coll., BIT, 2004)

Article	Quantité	Remarques

Tâches du groupe 2:

- Complétez la liste des temps de travail (soit sur le tableau à feuillets ou sur feuille imprimée)
- Comment pensez-vous qu'il soit possible de mieux gérer les différentes étapes? Décrivez chaque suggestion en détails.

Figure 60: Liste du temps de travail (source: Bauer et coll., BIT, 2004)

Processus/étapes	Temps (minutes)	Remarques

Tâches du groupe 3:

- Complétez la liste des outils et de l'équipement (soit sur le tableau à feuillets ou sur feuille imprimée)
- Comment pensez-vous qu'il soit possible de mieux gérer les outils/l'équipement? Décrivez chaque suggestion en détails.

Figure 61: Liste des outils et de l'équipement (source: Bauer et coll., BIT, 2004)

Articles	Quantité	Remarques

Chaque groupe écrira ses constatations sur un tableau à feuillets. Demandez aux participants d'observer attentivement l'action.

Les deux volontaires peuvent maintenant faire la démonstration de la façon dont ils préparent leur délicieuse limonade et réalisent ces belles coiffures.

Etape 3 – 30 minutes

Demandez aux groupes de présenter leurs constatations. Passez en revue les différents intrants et suggestions proposés en vue d'améliorations et discutez:

- Pour les matières premières: vérifiez si tous les articles sont utilisés et s'il y a des restes.
- Pour le travail: vérifiez si les participants ont écrit le temps nécessaire pour chaque étape de la production de limonade ou pour le service de coiffure. Incluez le temps de travail des assistants, s'il y en a. Incluez le temps passé à parler avec le client. Mentionnez le fait que

certaines étapes n'ont pas été reprises dans l'exercice, comme l'achat de matières premières, distribution et stockage.

- Pour les outils et l'équipement: vérifiez que les participants aient bien établi la liste de tous les outils et équipements. Mentionnez qu'il se peut que d'autres types d'équipement soient nécessaires, en rapport avec les étapes du cycle de production n'ayant pas été présentées au cours de l'exercice, par exemple un réfrigérateur pour le stockage.

Le résultat de cette partie de l'exercice doit être conservé pour l'Outil 4.4d «Coûts et prix».

Encouragez les participants à continuer à analyser et à échanger leurs expériences concernant le temps de travail, la qualité, la quantité, les intrants et les résultats. Démarrez une discussion générale concernant le processus de production, en utilisant les points mentionnés ci-dessous:

- Comment modifier/substituer des outils et de l'équipement afin d'accroître la productivité ou de simplifier et améliorer la production ou l'élaboration du service?

Expliquez que chaque processus de production consiste en trois étapes principales:

- **Mise en place:** Ceci implique la préparation des composantes requises et la préparation du matériel (transport); mesurer les ingrédients (inspection et opération); couper les légumes, préparer les morceaux de bœuf, nettoyer la salade (opération).
- **Action:** Verser l'huile de cuisson dans la casserole (opération); placer les morceaux de bœuf ou les légumes dans la casserole; cuire et frire (opération).
- **Ranger:** Retirer le produit fini de la casserole (transport); placer la viande frite dans un conteneur (stockage).

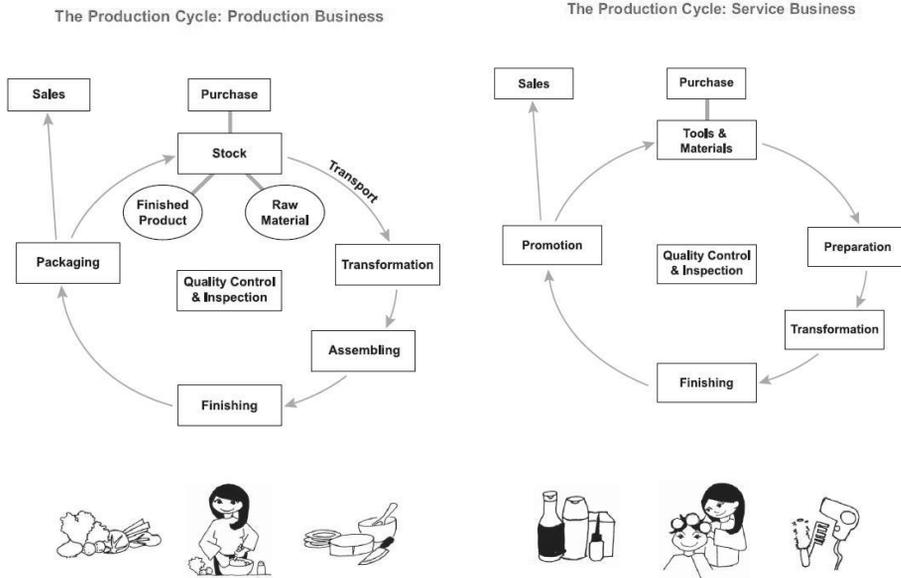
Il est important de savoir combien de temps vous consacrez à chaque étape. Les gens oublient souvent de calculer le temps consacré aux activités préparatoires ou le temps passé à parler aux clients.

Les femmes qui démarrent une petite entreprise ne calculent souvent pas du tout leur temps de travail, en d'autres mots, le temps consacré à leur entreprise. Souvenez-vous que le temps a un prix, étant donné que le temps nécessaire à votre entreprise ne peut pas être consacré à autre chose. Pour de plus amples informations à ce sujet, voir Outil 4.4e «Coûts et Prix».

Etape 4 – 15 minutes

Présentez le «cycle de production» pour une entreprise produisant et vendant des biens et pour une entreprise proposant des services (ces diagrammes peuvent être téléchargés séparément sur la version en ligne de guide d'outils).

Figure 62: Cycles de production: Entreprise de production et entreprise de prestation de services



Traduction de la figure 62:

Le cycle de production: Entreprise de production

Ventes/achats/stockage/transport/transformation/assemblage/ finition/emballage/produit fini/matière première/contrôle qualité-inspection.

Le cycle de production: Entreprise de prestation de services

Ventes/achats/outils et matériaux/préparation/transformation/ finition/promotion/contrôle qualité-inspection.

De manière générale, les cycles présentés auront été couverts. Demandez aux participants d'associer les étapes de l'exercice aux étapes du cycle de production. Discutez de chacune des étapes avec les participants. Invitez-les à exposer les principales étapes du cycle de production de leur propre entreprise.

Au cours de la phase récapitulative, soulignez le fait que tout processus de production peut faire l'objet d'améliorations. Assurez-vous que les participants aient bien compris les différents éléments de la production car ceux-ci seront importants pour mieux comprendre les questions de finance qui interviendront plus tard.

Remerciements

Bauer, Susanne, Gerry Finnegan and Nelien Haspels (2004) 'Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise: Training Package and Resource Kit', Bangkok, Berlin and Geneva, International Labour Office, 2004. Exercice 19 'All It Needs to Create a Product or Service', from Module 3.3 Production, Services and Technology of the business project part, p. 191-200.

Outil 4.4e Coûts et Prix

Du BIT, De la combinaison du genre et de l'entrepreneuriat (GET); le programme de formation et le kit de ressources «Aller de l'avant pour les femmes dans l'entreprise»

Pourquoi utiliser cet outil?

Les coûts sont établis en fonction de la façon dont vous calculez l'ensemble des coûts de fabrication et de vente d'un produit ou engendrés par la prestation d'un service. De nombreuses entrepreneuses ne réalisent pas à combien s'élève l'ensemble de leurs coûts (par ex. le temps de travail n'est souvent pas considéré comme ayant un prix) et ceci peut par conséquent mener leurs entreprises à leur perte. De bonnes pratiques d'établissement des coûts aideront l'entrepreneur à exercer un meilleur contrôle sur les coûts et à établir de meilleurs prix. Ceci permet de prendre des décisions mieux informées et de gérer une activité générant des revenus avec rentabilité.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Comprendre la façon de calculer les coûts d'un produit ou d'un service
- Savoir comment fixer les prix

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil sert de guide permettant d'animer une session de formation sur les «coûts et prix». Il peut être appliqué par des organisations ayant pour objectif de promouvoir le développement de l'entreprise, parmi les femmes (et/ou hommes) disposant de bas revenus.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 - Préparation

- Les résultats obtenus lors du travail de groupe effectué avec l'Outil 4.4d «Gestion des intrants dans le cycle de production» doivent être disponibles pour les étapes 1 et 4 de cet exercice; les tableaux à feuillets comprenant la liste des intrants principaux de la production de limonade.
- Rédigez des titres sur tableaux à feuillets ou conventionnels: coûts de démarrage; coûts opérationnels, coûts fixes et coûts variables à utiliser au cours de l'étape 2 (optionnel).

Etape 1 – 20 minutes

Récapitulez l'expérience de l'Outil 4.4c: une démonstration du fonctionnement d'une entreprise de production et de prestation de services y avait été réalisée. Demandez aux participants quels sont les trois intrants ou facteurs coûts principaux impliqués dans la fabrication d'un produit (matériaux, main-d'œuvre et outils/équipement).

Présentez les **listes de matériaux, main-d'œuvre et outils/équipement** de la production de limonade, effectuées par les participants.

Demandez aux participants s'il existe d'autres coûts auxquels doit faire face un entrepreneur lors de la production et la vente de limonade. Quels autres coûts leur viennent à l'esprit? (frais d'enregistrement de l'entreprise, taxe, location du site de travail, intérêts sur emprunts, électricité, eau, transport, publicité et promotion, etc.).

Rédigez les réponses sur des fiches et collez-les sur le mur. Ajoutez d'autres coûts si nécessaire. Expliquez que ces coûts sont des **frais généraux**.

Passer à l'étape 3 pour les groupes disposant de peu d'expérience en entreprise. Pour les groupes plus avancés, expliquer la différence entre coûts fixes, coûts variables et coûts de démarrage, comme expliqué dans l'étape 2 ci-dessous.

Etape 2 – 20 minutes (optionnel)

Demandez aux participants s'il est possible de tout simplement additionner les coûts liés au matériel, à la main-d'œuvre, aux outils et autres coûts mentionnés par les participants pour calculer le coût d'une tasse de limonade (non, parce que certains coûts sont plus élevés lorsqu'on produit plus alors que d'autres coûts ne varient pas lorsqu'on produit plus).

Expliquez la différence entre coûts fixes (aussi appelés frais généraux ou coûts indirects), coûts variables (aussi appelés coûts directs) et coûts de démarrage.

Les coûts fixes sont les coûts qui ne varient pas en fonction de la quantité de biens ou de services produits et vendus par l'entreprise (loyer, salaire des travailleurs réguliers de l'entreprise, etc.). Les coûts fixes peuvent changer au fil du temps. Le loyer peut augmenter avec le temps, par exemple, mais ceci n'a rien à voir avec la quantité de produits fabriqués ou vendus.

Les coûts variables sont des coûts qui varient avec la quantité de biens ou de services produits par l'entreprise (matières premières, salaires des travailleurs qui sont payés à la pièce ou qui peuvent être engagés comme main-d'œuvre complémentaire en cas de production/ventes supplémentaires).

Les coûts de démarrage sont les coûts qui ne surviennent qu'une seule fois lors du démarrage de l'entreprise (frais d'enregistrement de l'entreprise, frais d'ouverture de compte en banque, achat de terres).

Demandez aux participants de catégoriser les différents coûts sous les rubriques «coûts fixes», «coûts variables» ou «coûts de démarrage». Réorganisez les cartes disposées sur le mur en 3 colonnes sous les intitulés suivants: «coûts fixes», «coûts variables» et «coûts de démarrage».

Les coûts liés aux outils et à l'équipement sont des coûts fixes. Les outils et l'équipement doivent être remplacés quand ils sont obsolètes. Il nous faut donc calculer les frais de remplacement des outils et de l'équipement par mois ou par année. Ces frais de remplacement sont appelés «coûts de dépréciation».

Les différents types de taxes peuvent soit tomber dans la catégorie des coûts fixes ou des coûts variables. Les entreprises payant un montant de taxes fixe tous les mois ou tous les ans peuvent considérer celui-ci comme un coût fixe.

Les entreprises qui payent une taxe à l'importation sur les matières premières peuvent la considérer comme un coût variable puisqu'elle augmentera avec la quantité produite. Les entreprises payant un certain pourcentage de leur profit comme «impôt sur le bénéfice» n'incluront pas cette taxe dans le calcul de leurs coûts. Une fois leur profit calculé, elles déduiront l'impôt sur le bénéfice du profit qu'elles ont engendré.

Les coûts liés à la main-d'œuvre peuvent être fixes ou variables. Le temps qu'une commerçante passe chaque jour à son étal de marché – peu importe ce qu'elle produit ou vend – tombe dans la catégorie des coûts de main-d'œuvre fixes. Les heures supplémentaires passées par celle-ci, d'autres membres de la famille ou par des travailleurs à produire du jus d'orange constituent des coûts de main-d'œuvre variables.

Etape 3 – 10 minutes

Continuez à discuter des coûts liés à la main-d'œuvre car il faut que les participants comprennent que «LE TEMPS, C'EST DE L'ARGENT». Expliquez la raison pour laquelle il est

nécessaire d'inclure au calcul des coûts à la fois le temps de travail de la femme d'affaires et celui d'autres personnes travaillant dans l'entreprise:

- Le temps consacré par une femme d'affaires à l'entreprise constitue un coût car elle ne peut pas utiliser ce temps à d'autres fins. Son entreprise l'occupe (ceci porte le nom de «coûts d'opportunité»).
- Les femmes ont tendance à considérer que le temps passé à travailler pour le ménage et pour leur famille ou dans leur entreprise est du temps «gratuit». Dans les deux cas, ceci est faux. Ce travail de contribution est vital pour le bien-être de leur famille et est également nécessaire au succès de l'entreprise.
- Elles doivent décider si elles désirent s'accorder un salaire régulier et considérer ceci comme un coût de leur entreprise, ou si elles ne souhaitent se payer qu'une fois qu'elles savent combien de bénéfices ont été réalisés.
- Toutes les femmes d'affaires doivent régulièrement vérifier si leur entreprise rapporte suffisamment d'argent ou pas. Cela n'a pas de sens de travailler très dur durant de nombreuses heures pour ne gagner que très peu.

Etape 4 – 30 minutes

Accrochez la figure 60 (le tableau des coûts à l'unité) au tableau et expliquez qu'il s'agit d'un diagramme permettant de calculer le coût par produit (par exemple un gobelet de limonade) ou par service (par exemple une coupe de cheveux). Guidez les participants tout au long des étapes du calcul des coûts d'un gobelet de limonade.

Figure 63: Tableau du coût à l'unité (pour les services et la production) (source: Bauer et coll., BIT, 2004)

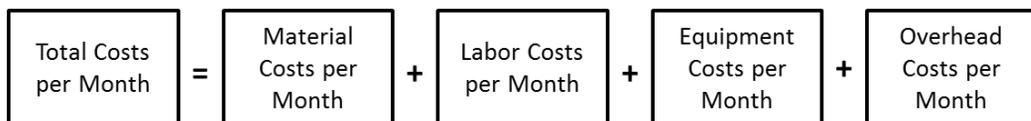
Produit: Production mensuelle:			
Matières premières	Unité d'achat	Prix d'achat	Coût
Equipement	Prix d'achat	Nombre de mois d'utilisation	
Coûts de la main-d'œuvre			
Frais généraux			
Total des coûts par mois			
Total des coûts par produit/service			

Demandez aux participants de partir du principe que l'entreprise produit et vend 1500 gobelets de limonade tous les mois et que le seul temps de travail impliqué est le temps nécessaire à produire la limonade (par exemple, la limonade est vendue dans un supermarché et récoltée tous les jours par le camion du supermarché). Montrez comment calculer le coût de fabrication de la limonade.

- Pour les **coûts des matériaux par mois**: Invitez un participant à faire le calcul sur le formulaire.
- Pour les **coûts de l'équipement par mois**: Montrez comment calculer les coûts de dépréciation des outils et de l'équipement. Par exemple: le coût de dépréciation mensuel d'un outil tel un couteau ou une planche à découper revient au coût de cet outil divisé par le nombre de mois durant lesquels il peut être utilisé. Indiquez la dépréciation mensuelle sur le formulaire.
- Pour les **coûts liés à la main-d'œuvre par mois**: Invitez un participant à faire le calcul sur le formulaire.
- Pour les **frais généraux par mois**: Montrez comment calculer d'autres frais généraux mensuels (transport, eau pour le nettoyage, etc.) et inscrivez-les sur le formulaire.
- Invitez un participant à calculer le **coût total par mois** et les **coûts totaux par produit**.

Donnez un autre exemple aux participants. Imaginez que la femme d'affaires produise et vende la même quantité de 1500 gobelets chaque mois. Cependant, au lieu de vendre la limonade à un supermarché, elle la vend elle-même au marché. Elle consacre quatre heures par jour à la production de la limonade, au trajet aller-retour vers le marché et à la vente de la limonade sur place. Demandez à un participant d'effectuer les changements nécessaires sur le tableau. Assurez-vous que tous les coûts liés à la main-d'œuvre soient inclus.

- Récapitulez la marche à suivre pour fixer le prix d'un produit:



Traduction: Coûts Totaux par Mois = Coûts du Matériel par Mois + Coûts de la Main-d'œuvre par Mois + Coûts de l'Équipement par Mois + Frais généraux par Mois

$$\text{Coûts par Produit} = \frac{\text{Coûts Totaux par Mois}}{\text{Produits par Mois}}$$

Étape 5 – 30 minutes

Divisez les participants en groupes afin qu'ils procèdent à leurs propres calculs de coûts. Les groupes peuvent utiliser les résultats de l'exemple de la coiffure de l'Outil 4.4d ou ils peuvent utiliser l'exemple de leur propre entreprise de production ou de services.

Faites-les utiliser la figure 60 «Tableau du coût à l'unité» et calculer:

- Les coûts des matériaux par mois
- Les coûts de la main-d'œuvre par mois
- Les coûts de l'équipement par mois (dépréciation)
- Les frais généraux par mois
- Les coûts totaux par mois et par produit

Quand les participants travaillent en groupes, circulez entre eux afin d'observer et d'assister le travail de groupe si nécessaire.

Après 30 minutes, demandez aux groupes de placer les feuillets sur le mur. Passez-les en revue un à un et corrigez les calculs si nécessaire.

Etape 6 – 15 minutes

Faites référence aux résultats de l'étape 4 et demandez aux participants de fixer un prix pour un gobelet de limonade. Combien faut-il demander pour un gobelet de limonade? Comment fixer ce prix?

Invitez les participants à répondre. Continuez à les sonder jusqu'à ce que les trois principaux critères d'établissement d'un prix aient été mentionnés.

Placez la figure 64 (formulaire d'établissement d'un prix) sur le mur. Accordez-vous sur un niveau de prix pour la limonade et indiquez-le dans l'emplacement réservé à «Notre prix».

Figure 64: Formulaire d'établissement d'un prix

Formulaire d'établissement d'un prix	
Produit:	Notre prix:
Coûts totaux par produit	→
Prix du concurrent	→
Prix que le client est prêt à payer	→

Généralisez comme suit:

- Prix basé sur le coût: coûts réels du produit + x%
- Prix basé sur la concurrence: que demande la concurrence?
- Prix basé sur le marché: que veut ou peut payer le client?

Etape 7 – 10 minutes

Demandez au groupe de discuter durant 10 minutes et de décider:

- A quel prix ils vont vendre leur produit ou service
- Comment arriver à ce prix

Après 10 minutes, demandez au groupe de présenter leurs résultats.

Etape 8 – 10 minutes

Au cours de la séance plénière, demandez aux participants de revenir sur l'exercice des coûts totaux par gobelet de limonade. Demandez-leur:

- En vendant votre limonade à ce prix, générez-vous une perte? Un profit?
- Combien de gobelets vendez-vous? (1500 gobelets par mois)
- Combien d'argent retirez-vous des ventes? (prix de vente x 1500 gobelets)
- Combien cela vous coûte-t-il de produire autant de gobelets? (coûts totaux par gobelet x 1500 gobelets)
- Que laissent transparaître les deux montants? (la même chose)
- Donc que signifie le **seuil de rentabilité**? (**le total des ventes = les coûts totaux**, vous ne faites ni profit ni perte)

Revenez sur le prix fixé par les participants pour un gobelet de limonade et demandez-leur:

- Si vous vendez votre limonade à ce prix, réalisez-vous un profit? (Oui). Quel est votre profit par gobelet? (profit par gobelet = prix de vente – coûts totaux par gobelet).
- Quel est votre profit total chaque mois? (profit par gobelet x 1500 gobelets)

Etape 9 – 5 minutes

Demandez aux groupes de revenir aux résultats de leur exercice d'établissement des coûts et des prix et de déterminer:

- S'ils vendent au prix obtenu, combien gagnent-ils par produit? Combien gagnent-ils par mois?
- Laissez travailler les groupes durant cinq minutes et demandez-leur de présenter leurs résultats.
- Pour conclure, demandez aux participants de répéter:
 - comment calculer le coût d'un produit/service
 - comment fixer le prix d'un produit/service, et
 - pourquoi est-ce important d'inclure vos coûts de main-d'œuvre dans ces calculs.

Remerciements

Bauer, Susanne, Gerry Finnegan and Nelien Haspels (2004) 'Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise: Training Package and Resource Kit', Bangkok, Berlin and Geneva, International Labour Office, 2004. Exercise 22 'Costing and Pricing', from module 3.4 Finance of the business project part, p. 217-224.

Exemple de l'entreprise «Limonade saine pour tous»

(source: Bauer et coll., BIT, 2004)

Produit: Limonade		Production mensuelle: 1'500	
Matières premières	Unité d'achat	Prix d'achat	Coût
citrons	1'500 citrons	80 par citron	120'000
sucre	2 kg	1'500 par kg	3'000
gobelets en plastique	1'500 gobelets	50 par gobelet	75'000
eau potable	375 litres	160 par litre	60'000
pailles	15 sacs	500 par sac	7'500
Équipement	Prix d'achat	Nombre de mois d'utilisation	
Couteau	1'500	12 mois	125
Presse	2'100	6 mois	350
Planche à découper	1'500	24 mois	62.5
Bocal	5'000	12 mois	416.67
Coûts de la main-d'œuvre			
Temps de travail	25 heures	1'000 par heure	25'000
Frais généraux			
Eau pour le nettoyage	0.5 m3	500 par m3	250
Transport			2'000
Coûts totaux par mois			293'704.17
Coûts totaux par produit/service			195.8

4.5 Prestataires de services financiers

Outil 4.5a Connaître le système financier et les risques qu'il ne desserve pas les femmes

De DFID, GIZ, BMZ, *Promouvoir l'inclusion financière des femmes – Une boîte à outils*, 2013

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil est tiré de «Promouvoir l'inclusion financière des femmes – Une boîte à outils». Cette boîte à outils constitue un guide pratique permettant de développer un programme d'inclusion financière pour les femmes comme moyen d'accroître leur autonomisation économique. L'accès aux services financiers est très inégal car les pauvres – et particulièrement les femmes pauvres – sont les personnes les moins bien desservies par les institutions et systèmes existants. Cependant, les femmes réalisent une grande partie des activités commerciales et agricoles. Les projets d'inclusion financière peuvent aider à atteindre à la fois les objectifs en matière d'équité entre les genres et les objectifs de réduction de la pauvreté.

Les principes M4P (voir 3.1 de l'introduction de la boîte à outils du genre dans les chaînes de valeur) se concentre sur la lutte contre les contraintes sous-jacentes qui nuisent à un développement efficace des systèmes de marchés évoluant autour des individus pauvres. Cet outil offre une orientation pour la réalisation d'une analyse en profondeur du marché concernant les services financiers et la façon dont ils affectent (ou excluent) les femmes.

Cet outil ne traite pas de toutes les activités à mener pour effectuer une analyse financière du marché, mais constitue plutôt une liste récapitulative assurant l'exhaustivité de votre analyse.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Un aperçu des barrières auxquelles font face les femmes pour accéder aux services financiers, à la fois d'un point de vue de l'approvisionnement ainsi que de la demande.
- Un aperçu des caractéristiques d'un système financier fonctionnant correctement à tous les niveaux de la société.

Qui applique cet outil et pour qui?

Il s'agit d'un point de départ pour les professionnels du développement qui désirent développer un programme ou un projet dont l'objectif/un des objectifs est l'accroissement de l'accès à la finance pour les pauvres et pour les femmes.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 1 Les caractéristiques d'un système financier fonctionnant correctement

Lorsqu'on pense à la manière d'intervenir afin de soutenir une plus grande inclusion financière, y compris pour les femmes, il est utile de tout d'abord considérer quelles sont les caractéristiques d'un système financier qui fonctionne correctement. Celles-ci constituent, en quelques sortes, les aboutissements – les résultats positifs des efforts de modification d'un système dysfonctionnel allant à l'encontre des intérêts des pauvres. Un système financier fonctionnel est un système possédant:

- une politique et un cadre régulateur clairs et adaptés, mis en œuvre de manière efficace;
- des informations adéquates et crédibles, accessibles aux différents acteurs du marché (y compris les fournisseurs, les consommateurs et les régulateurs);
- des services appropriés, basés sur la connaissance, pour les mêmes acteurs;

- un accès à une infrastructure de paiement efficace;
- une concurrence efficace entre les fournisseurs;
- une diversité de fournisseurs durables;
- de l'innovation au niveau des producteurs et processus.

L'Étape 3 établit le lien entre un nombre de barrières sexospécifiques s'opposant à l'inclusion financière et ces caractéristiques spécifiques du marché, et suggère des remèdes permettant d'abattre ces barrières.

Bien sûr, il se peut qu'un programme n'ait pas pour objectif d'opérer un impact à travers le système financier dans sa globalité mais soit néanmoins utile aux développeurs de programmes afin que ceux-ci puissent comprendre comment un programme plus ciblé pourrait contribuer au renforcement du système financier.

Une fois ces éléments en place, on peut raisonnablement attendre d'un système financier que celui-ci propose un choix de produits et services qui, au fil du temps, deviennent de plus en plus accessibles à un plus grand nombre d'individus – y compris les plus pauvres – et soient réellement utilisés.

Les produits financiers ne répondant pas aux besoins des clients peuvent être accessible physiquement mais la qualité de l'accès à ces derniers peut être médiocre – par exemple, il se peut que le produit soit cher ou que la prestation de ce service implique des contraintes. Ceci entraîne un impact majeur sur la volonté d'un individu à rester fidèle à un produit. Par conséquent, on peut constater des taux de défaillance élevés au niveau des comptes bancaires ou des polices d'assurances parce que les personnes se trouvent dans l'incapacité de maintenir un solde minimum ou d'acquitter la prime mensuelle. C'est la raison pour laquelle il est important de ne pas se limiter au simple accès mais également de se focaliser sur les profils d'utilisation.

Figure 65: continuum dans l'accès (source: Napiet et coll., DFID, GIZ, 2013)



Traduction de la figure 65: Accès>Accès efficace>Utilisation réelle

La figure 65 montre qu'il existe un continuum au sein duquel l'accès seul (par exemple, l'accès physique) est insuffisant pour assurer qu'un produit soit utilisé (de manière répétitive, sinon permanente, au fil du temps).

Un accès efficace transforme le simple accès en utilisation réelle. En d'autres mots, un produit financier sera probablement utilisé si celui-ci est physiquement accessible, lorsqu'il offre une valeur claire pour l'utilisateur (par ex. son utilité contrebalance son coût) et lorsque l'utilisateur est éligible pour ce produit.

Etape 2 Structure de marché à trois niveaux (macro, meso, micro) – plus un quatrième niveau

Il est devenu monnaie courante d'analyser les marchés en faisant référence à une structure à trois niveaux:

1. **Macro**: politiques, réglementations, facteurs macroéconomiques – les règles et facteurs environnementaux qui gouvernent la façon dont opèrent les marchés.
2. **Meso**: informations concernant le marché, systèmes de paiement, services dirigés vers les acteurs du marché (tels que ceux offerts par les bureaux d'information sur le crédit, les organisations faitières, les agences de notation, les firmes de recherche du marché, etc.) – les informations et les services qui fluidifient les activités du marché.
3. **Micro**: les institutions financières – banques, compagnies d'assurance, parastataux, institutions de microfinance, etc. – les organisations qui délivrent des services financiers.

Toute déficience apparaissant dans une de ces trois strates pourrait être la cause de l'échec du marché. Par exemple, il se peut que les marchés financiers disposent d'un cadre régulateur approprié et d'informations pertinentes concernant le marché, mais manquent de fournisseurs assurant concurrence et innovation.

En d'autres mots, la structure à trois niveaux (macro, meso et micro) décrit le côté de l'offre des marchés financiers. Les sept caractéristiques d'un système de marché fonctionnant correctement, reprises dans l'étape 1 ci-dessus, peuvent être regroupées au sein de la structure macro, meso et micro (voir étape 3 ci-dessous).

Cependant, à une offre efficace doit correspondre une demande efficace. C'est la raison pour laquelle il est important d'ajouter un quatrième niveau – celui du consommateur individuel – afin d'assurer que le côté de l'offre des marchés financiers soit pris en considération comme il se doit.

Etape 3 Systèmes financiers inclusifs et fonctionnant correctement – le côté de l'offre

	Caractéristiques	Institutions impliquées	Obstacles possibles liés au genre	Actions potentielles
Macro	Politique claire et adaptée et Cadre régulateur	<ul style="list-style-type: none"> • Régulateur et superviseur du marché financier • Départements du gouvernement (par ex. ministère des Finances) 	<ul style="list-style-type: none"> • Règles liées à la possession de biens et à l'enregistrement, ainsi qu'à l'héritage • Reconnaissance des types d'instruments de garantie • Réglementations liées au principe <i>Connaître son client (KYC)</i> (Par ex. s'il y a indisponibilité d'une preuve d'identité) 	<ul style="list-style-type: none"> • Réforme légale et régulatrice et mise-en-œuvre
Meso	Information adéquate crédible disponible pour les acteurs du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Bureau de crédit • Agences de notation • Registres de la propriété • Systèmes d'identification 	<ul style="list-style-type: none"> • Femmes non intégrées de manière appropriée dans le système (par ex. si les dossiers de crédit des IMF ne sont pas pris en compte) • Manque de documentation (par ex. pas de preuve d'identité, absence de nom sur les actes de nantissement) menant à une faible cote de crédit 	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration des systèmes et des processus afin de mieux évaluer l'historique des femmes en matière de crédit

	Services appropriés basés sur la connaissance pour les mêmes acteurs du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Comptables • Avocats • Consultants • Conseillers financiers 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité d'expertise sexospécifique sur le marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation dans le domaine du plaidoyer et de la sensibilisation • Formation en matière d'égalité entre les genres pour professionnels
	Accès à une infrastructure de paiements efficace	<ul style="list-style-type: none"> • Prestataires de services en matière de paiements et autres institutions financières (par ex. VISA, Moneygram) • Fournisseurs d'accès pour réseau mobile et paiement mobile • Banque centrale 	<ul style="list-style-type: none"> • Les femmes manipulent plus fréquemment de l'argent (étude menée au Vietnam) et pourraient donc être confrontées à des coûts élevés • Accès aux téléphones portables • (par ex. pas de documents d'identité) • Distance des services de paiement 	<ul style="list-style-type: none"> • Remise en question du caractère adéquat des options de paiement existantes, y compris l'interconnexion entre les solutions traditionnelles et mobiles, les coûts et l'accessibilité
Micro	Concurrence efficace entre les fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Institutions du secteur privé (par ex. les banques, les compagnies d'assurances, les institutions financières non bancaires, les compagnies de paiement) • Les institutions de microfinance (IMF) et de développement • Institutions financières (IFD) • Autre (par ex. SACCOs, ROSCAs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestation de services non concurrentielle plus susceptible d'être recherchée par les femmes • Institutions inadaptées aux besoins des femmes • Faible présence de femmes au sein de postes dirigeants dans des comités d'où capacité/volonté réduite de se concentrer sur les besoins spécifiques de celles-ci 	<ul style="list-style-type: none"> • Subvention d'IFD afin de combler le manque là où il n'existe qu'une concurrence limitée, voir aucune concurrence efficace. • Interventions permettant une concurrence entre les acteurs du marché (par ex. les garanties sur les crédits) • Formation dans le domaine de la défense des intérêts de l'industrie et la sensibilisation à l'égalité entre les genres avec processus de changement relatif • Capacité de leadership transformateur au sein des institutions afin d'instaurer l'égalité entre les genres
	Une diversité de fournisseurs durables			
	Innovation au niveau des produits et services	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de sensibilisation à l'égalité entre les genres et demande explicite de produits sur mesure • Peu de femmes occupant des postes de dirigeantes • Réticence à prendre des risques, menant à des produits impliquant des risques réduits (par ex. taux réduits d'investissements détenus jusqu'à échéance) 	<ul style="list-style-type: none"> • Formation dans le domaine de la défense des intérêts de l'industrie et la sensibilisation à l'égalité entre les genres • Démonstration d'innovations réussies et pouvant être reproduites dans le secteur privé (par ex. M-Pesa) • Dimension sexospécifique de la recherche 	

Etape 4 Le côté de la demande – contraintes et actions

Les barrières s'opposant aux femmes, du point de vue de la demande dans le domaine de l'accès aux services financiers, se rapportent principalement aux niveaux de la communauté et des individus et sont récapitulées dans le tableau ci-dessous.

Il est possible de faire face à certaines barrières relatives à la demande au niveau du développement des services financiers, par ex. en créant un produit ou système de prestation de services spécifique. D'autres barrières liées à la demande requièrent des services de soutien parallèles ou reliés, tels que les soins de santé, les formations, etc. Ceux-ci peuvent être développés par l'institution fournissant les services financiers ou via une organisation ou un contractant/contractante associé(e).

Pro Mujer, qui intervient dans cinq pays d'Amérique Latine, est une organisation de microfinance et de développement destinée aux femmes et agissant en tant qu'exemple frappant de la manière dont la finance peut être associée à d'autres services. Toutefois, les prestataires de services financiers exercent souvent une certaine résistance envers le développement de ces regroupements de services, préférant se focaliser sur leur activité principale et rationaliser les processus commerciaux dans le but de maximiser la rentabilité. Les arguments avancés par de telles institutions soutiennent que leur avantage comparatif réside dans les services financiers et non dans les services sociaux.

Un programme bien échafaudé dont l'objectif vise à offrir une gamme de services devra prendre en compte l'expertise et la spécialisation de diverses institutions, le coût de diverses options de livraison et la disponibilité de services sur le marché, ainsi que développer des stratégies de partenariat en fonction de ceci.

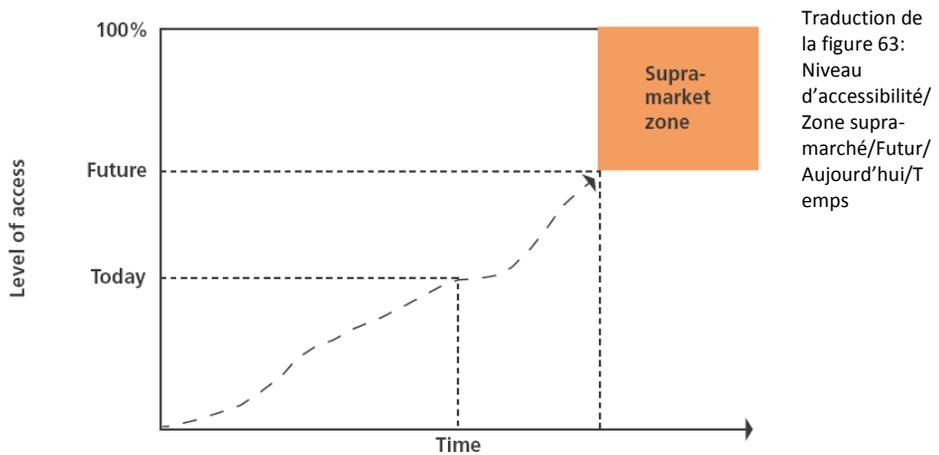
Barrières	Actions
<p>Facteurs sociaux et culturels contribuant à l'inégalité entre les genres et à l'exclusion sociale, économique et particulièrement financière des femmes</p>	<p>Aider la société civile, les groupes et réseaux de femmes à:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournir de l'information; • Faire un plaidoyer à différents niveaux; • renforcer les systèmes d'aide sociale aux femmes parallèlement aux services financiers <p>Développer des formations dans le domaine de l'égalité entre les genres pour les hommes et les femmes, les garçons et les filles au niveau communautaire, ainsi que des garde-fous en parallèle, intégrés dans les services financiers. Former des facilitateurs au niveau communautaire à devenir des formateurs qui seront dès lors en mesure de mobiliser et de former des groupes de femmes, par ex. les encourager à se joindre à des SACCO (Organisations Coopératives de Crédit et d'Épargne).</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Le manque d'accès des femmes aux services de soins de santé, d'éducation et de formation • Manque d'accès à l'emploi et aux biens • Problèmes liés à la mobilité et à la capacité d'établir des connections avec d'autres • Manque d'estime de soi et de pouvoir de décision • Responsabilités 	<p>Produits ou méthodes de prestation de services spécifiques et réforme législative des politiques et des règlements: opérations bancaires en ligne, utilisation des téléphones portables et des technologies afin d'atteindre les zones géographiques reculées, produits n'exigeant pas de preuves d'identité ni de garanties, épargne et emprunts de groupe, composantes assurances santé du crédit, épargne et assurances obligatoires.</p> <p>Accès au revenu via les transferts sociaux, l'emploi, la micro-entreprise.</p> <p>Groupes de services destinés aux femmes: santé, éducation, formation et compétences, services de développement d'entreprises.</p> <p>Développement personnel destiné aux femmes: groupes et</p>

<p>ménagères et relatives au rôle de gardienne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absence de pièce d'identité • Autres facteurs de discrimination et d'exclusion tels que la race, la religion, le handicap 	<p>réseaux de soutien, estime de soi, leadership, affirmation de soi et formation à l'égalité entre les genres.</p> <p>Soutien dans le domaine des responsabilités relatives au rôle de gardienne: transferts d'argent, crèche et clubs d'assistance maternelle, une journée scolaire élargie, soins pour personnes âgées et infirmes.</p> <p>Investissement dans des infrastructures permettant d'épargner du temps et du travail.</p>
---	---

Etape 5 Limitations du marché

Si les conditions sont bonnes, les marchés devraient prospérer à mesure que les firmes continuent à faire des profits. Cependant, on peut également s'attendre à ce que ceux-ci se développent moins rapidement si la perspective d'enregistrer des profits diminue. Ils atteindront à un certain point une limite naturelle, ou frontière, au-delà de laquelle les consommateurs seront trop pauvres pour être en mesure d'accéder au marché. Porteous (2004) nomme ceci la zone «supra-marché» (voir figure 63 ci-dessous).

Figure 63: Le développement du marché la frontière de l'accès (source: DFID, GIZ, BMZ, 2013)



Source: Porteous (2004)

Ici, une intervention des gouvernements est possible, dans le but d'étendre ou de «repousser» la frontière de l'accès – éventuellement en offrant des subsides aux prestataires ou en proposant les services eux-mêmes.

Au sein des marchés financiers, les initiatives gouvernementales (ou basées sur des fonds issus de bailleurs de fonds) visant à repousser la frontière de l'accès ont inclus la prestation de crédit subsidié ou les garanties sur le crédit. Les institutions financières aux mains du gouvernement opèrent en principe au niveau de la frontière de l'accès, canalisant les fonds vers les groupes du marché mal desservis – bien que leur succès ne soit pas garanti. Certains types d'information peuvent être fournis au marché en tant que bien public, par exemple dans le but d'encourager l'innovation.

Les transferts d'argent (par ex. les subventions gouvernementales) peuvent être effectués via des comptes bancaires ou, de plus en plus souvent, via des mécanismes de paiements utilisant les téléphones portables. Ici, on fait appel à l'infrastructure du marché non seulement en tant que canal efficace pour la réalisation du paiement, mais aussi afin d'encourager l'inclusion financière à long terme. Ceci peut constituer un moyen efficace de cibler les femmes qui sont les

principaux bénéficiaires des subventions gouvernementales au sein de nombreux pays en voie de développement. En Afrique du Sud, par exemple, où des comptes bancaires ont été spécialement créés pour recevoir des subventions, le pourcentage de bénéficiaires de subventions (presque entièrement des femmes) possédant des comptes en banque a nettement augmenté entre 2004 et 2008 – de 22% à 56%.

Remerciements

Napier, M., C. Melamed, G. Taylor and T. Jaeggi, 2013, Promoting Women's financial inclusion: A toolkit. DFID, GIZ. TopKopie GmbH, Frankfurt am Main. February 2013. From Chapter 3. Project design. 3.2 Knowing the financial system and how it might fail women. p. 39-43.

Outil 4.5b Outil de recherche des marchés agroalimentaires pour prestataires de services financiers: calendrier agricole sexospécifique

De Anne Marie van Swinderen, Triodos Facet, pour le Fonds HIVOS-Triodos

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil fournit une ligne directrice pour l'animation d'un atelier de travail incluant des clients (potentiels) de prestataires de services financiers, visant à établir un calendrier agricole des revenus et des dépenses. Afin de faire correspondre l'offre et la demande de services financiers, il est important d'effectuer une étude de marché, sachant que les besoins des clients constituent une étape importante (voir aussi Outil 4.5e et f).

Cet outil permet d'obtenir un aperçu des flux financiers annuels des fermiers afin de pouvoir déterminer leurs capacités de paiement. Il s'agit d'un outil participatif, faisant la distinction entre producteurs agricoles masculins et féminins. Les revenus et les dépenses des producteurs agricoles peuvent fluctuer de manière importante au cours de l'année en raison des différentes saisons de production. Il existe également d'importantes différences entre les producteurs et productrices; les hommes sont souvent les propriétaires des ressources en matière de cultures commerciales, alors que les femmes ont des sources de revenus plus modestes mais plus régulières.

Les informations sur les capacités de remboursement peuvent servir de point de départ pour les prestataires de services financiers désirant développer des produits financiers adaptés, accompagnés de programmes de remboursements adaptés. Ceci garantira la durabilité commerciale des produits. D'autre part, cela augmentera l'accès à la finance des producteurs et productrices.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Comprendre les flux financiers des producteurs de sexe féminin et masculin
- Comprendre les capacités de remboursement des producteurs de sexe féminin et masculin
- Une base de développement de produits relatifs aux emprunts, accompagnés de programmes de remboursements adaptés pour les producteurs agricoles

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

Les prestataires de services financiers ou les organisations développant les capacités des prestataires de services financiers ayant pour objectif de développer des produits destinés aux producteurs agricoles de sexe masculin et féminin.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 Préparation

Afin de mener à bien cet atelier de travail, quatre animateurs expérimentés de groupes participatifs, parlant la langue locale, sont requis. Le matériel suivant est nécessaire afin d'établir les calendriers:

- 12 feuilles de papier d'au moins 60 cm x 40 cm;
- 4 x 3 marqueurs de couleur;
- Du papier adhésif large (afin de coller les feuilles au mur; les groupes peuvent toutefois préférer écrire sur le sol)

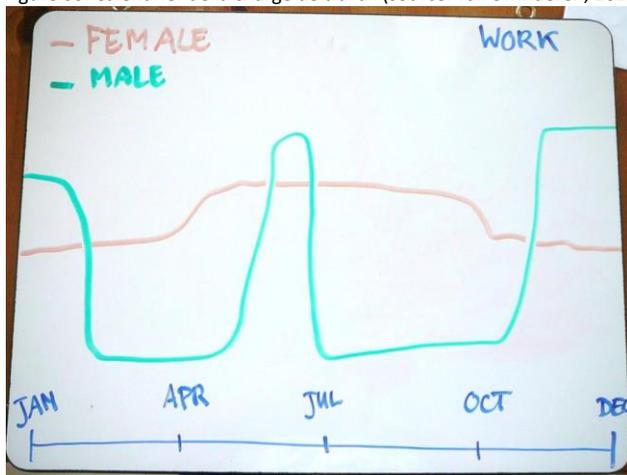
Etape 1 Formation de petits groupes

Formez quatre petits groupes de cinq à six personnes afin de discuter des calendriers et d'établir ceux-ci. Essayez de former des groupes relativement homogènes, séparez les hommes et les femmes et si possible, constituez des groupes de personnes d'âges, de secteurs, de tailles de fermes, etc. similaires.

Etape 2 Etablir la charge de travail au fil des saisons

Aidez les membres du groupe à identifier leurs charges de travail au fil des saisons. Que font-ils et quand? Ceci devrait combiner leur travail dans le domaine agricole ainsi que le reste. Ils peuvent soit effectuer cet exercice en établissant une sorte de moyenne du groupe ou choisir un représentant au sein du groupe et cartographier sa situation précise. Permettez-leur d'établir le calendrier grossièrement en se basant sur le graphe modèle représenté par la figure 64; au cours de l'atelier, de plus amples détails devraient être fournis au sujet des différents types de travaux.

Figure 66: Calendrier de la charge de travail (source: van Swinderen, 2013)



Etape 3 Etablissement du calendrier des revenus

Dessinez une autre carte pour le calendrier des revenus: montrez à l'aide de pics de revenus d'où provient ce dernier. En cas de revenu régulier, indiquez également par écrit en quoi consiste celui-ci. Voir photo de la figure 70 ci-dessous pour un exemple d'un moyen de cartographier, de manière grossière, un tel calendrier.

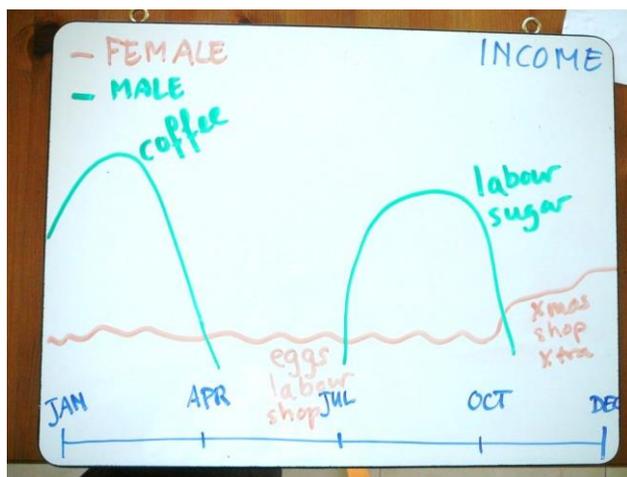
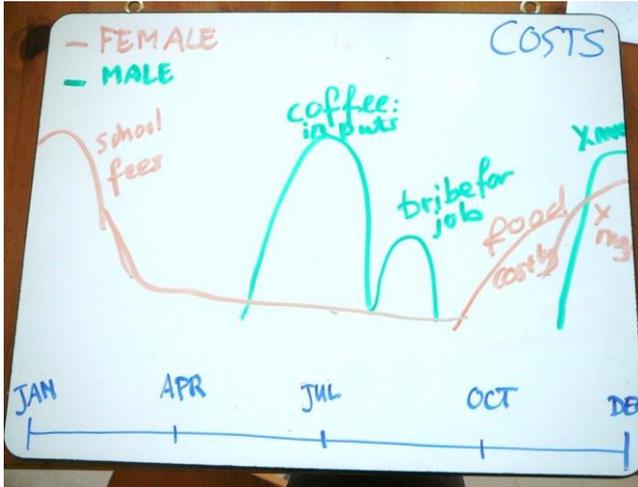


Figure 67: Calendrier des revenus (source: van Swinderen, 2013)

Etape 4 Etablissement du calendrier des coûts

Le troisième calendrier que nous établirons représentera les dépenses. A l'aide d'une démarche similaire à celle que nous avons précédemment effectuée, tracez des pics lorsque les coûts s'élèvent et des creux lorsque ceux-ci diminuent. Stimulez le groupe à penser aux périodes où la nourriture vient à manquer sur la ferme et où il leur faut en acheter; les coûts sur la ferme, les coûts relatifs à la santé, l'éducation, etc.

Figure 68: Calendrier des coûts (source: van Swinderen, 2013)



Etape 5 Discussion et identification des apprentissage pour le développement des programmes de remboursement

Chaque groupe rapporte ses trois calendriers afin de discuter de ceux-ci au sein du groupe entier.

- Tout d'abord, focalisez-vous sur le calendrier de travail: identifiez les différences et similitudes entre les calendriers des quatre groupes. Discutez ensuite brièvement de la signification des fluctuations dans le travail pour le remboursement des emprunts et pour l'épargne. Faites particulièrement attention aux différences entre les producteurs masculins et féminins. Clairement, les saisons durant lesquelles les gens sont très occupés entraîneront de plus grandes difficultés au niveau des remboursements si ceci implique des temps de transports élevés.
- Deuxièmement, discutez du **calendrier des revenus**. Voyez où se trouvent les pics de revenus et identifiez les mois sans revenus. Observez particulièrement les différences entre hommes et femmes. Il se peut que leurs revenus ne coïncident pas. Sur la base de cette carte, vous pouvez identifier avec le groupe les mois au cours desquels la plupart des remboursements d'emprunts peuvent être effectués ainsi que ceux au cours desquels le moins de remboursements peuvent avoir lieu.
- Troisièmement, observez le **calendrier des coûts**; discutez de l'étalement des **dépenses** au fil des saisons et identifiez les périodes au cours desquelles celles-ci sont les plus élevées. Une fois de plus, faites la différence entre hommes et femmes.
- Enfin, il est important de combiner les calendriers des revenus et des dépenses et d'identifier dans quelle mesure les revenus coïncident avec les dépenses. Si les revenus sont élevés et les dépenses basses, ce seront les périodes idéales pour rembourser la plupart des emprunts. Au contraire, si les revenus sont inexistantes mais les frais élevés, ce seront clairement les saisons au cours desquelles les fermiers seront vraiment dans l'incapacité de rembourser des emprunts sans avoir à emprunter cet argent ailleurs.

Etape 6 Etablissement du calendrier idéal de remboursement des emprunts

En groupe, établissez un calendrier comportant un programme de remboursement d'emprunt idéal, séparé entre hommes et femmes.

Recommandations pour le processus

Essayez de rester ouvert et flexible durant l'atelier. Il peut être difficile pour le groupe cible de réfléchir de manière conceptuelle et de dessiner des cartes et calendriers simplifiés de leurs activités. Le centre d'intérêt doit se focaliser sur le rassemblement d'informations émanant des clients, afin d'être en mesure de développer des produits utiles au groupe cible du prestataire de services.

Exemple COAC Maquita

Cet outil a été utilisé au cours d'un atelier de travail d'un jour avec des clients de COAC Maquita. La coopérative d'épargne et de crédit Maquita Cushunchic (COAC Maquita) a été fondée en 1998 par des organisations locales de femmes vivant au Sud de Quito, la MCCH Foundation (Trading as Cushunchic Maquita Brothers), la New Land Foundation et le Fund Ecuadorian Populorum Progressio (FEPP), avec pour objectif de fournir des services financiers à ses membres de la banlieue sud de Quito.

Deux membres du personnel de Maquita étaient présents au cours de l'atelier, ainsi que le consultant de Triodos Facet. Les producteurs et productrices ont dessiné leurs propres cartes en petits groupes (voir figure 67 ci-dessous).



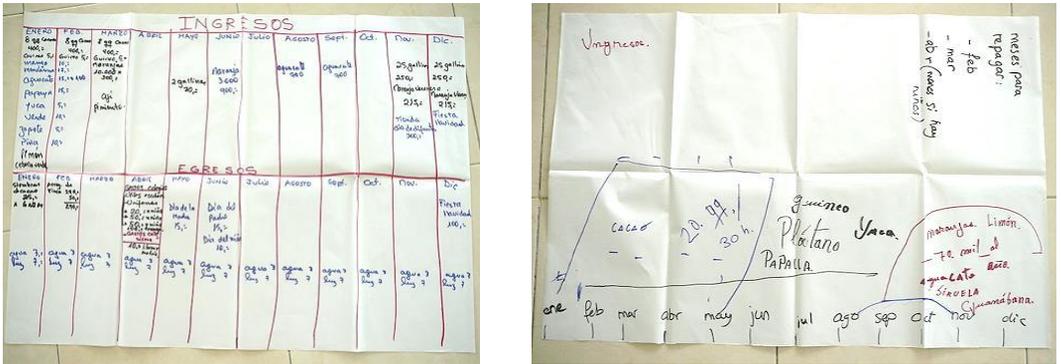
Figure 67: Dessin du calendrier des revenus et des dépenses, groupe de femmes (à gauche) et groupe d'hommes (à droite) (source: van Swinderen, 2013)

Durant la discussion à propos des cartes en séance plénière, il devint évident que les revenus des groupes sont clairement divisés en fonction des saisons; seuls quelques mois furent identifiés, au cours desquels le remboursement d'emprunts n'était pas possible. Les femmes en particulier disposent de plusieurs sources de revenu, bien que modestes, telles que la vente d'œufs de poules. Ceux-ci peuvent être vendus tout au long de l'année. En outre, elles peuvent faire face à des situations d'urgence en vendant une poule ou d'autres petits animaux dont elles sont propriétaires.

Les producteurs spécialisés dans un produit (monoculture) expérimentent des flux d'argent bien plus concentrés. Les exploitants de cacao en particulier, perçoivent leur revenu entre les mois de janvier et d'avril. Les coûts sont plus élevés de mai à août, parce qu'il faut au cours de ces mois-là, effectuer des dépenses de main-d'œuvre afin de procéder à l'entretien et au renouvellement

des terres et des cacaotiers. Pour ce segment, il serait utile de disposer d'un programme de remboursement centré sur les mois de janvier à mai, avec des remboursements réduits pour la période allant de mai à août.

Figure 69: Le calendrier des revenus (ingresos) et des dépenses (egresos) du groupe de femmes (à gauche) et le calendrier des revenus (ingresos) du groupe d'hommes (à droite) (source: van Swinderen, 2013)



Les programmes de remboursement idéaux diffèrent pour les hommes et pour les femmes. Les hommes sont souvent les propriétaires de cultures commerciales; ils ont besoin de grosses sommes d'argent d'un coup afin d'investir dans la plantation et l'exploitation des cultures commerciales. Par la suite, ils vendent lentement et peuvent rembourser l'argent par plus petits montants. Ceci constitue les emprunts traditionnels de microfinance. Les besoins financiers des femmes sont souvent à l'opposé. Elles s'occupent par exemple de poules et ont besoin de financements pour divers intrants tout au long de l'année, comme la nourriture des animaux, les médicaments, etc. Ce qui signifie qu'elles ont besoin d'un accès à la finance plus fréquemment et sous forme de plus petits montants que les hommes. Les solutions financières pour celles-ci pourraient être d'accéder à leur prêt via leur téléphone portable et de retirer les montants désirés en fonction de leurs besoins ou encore, l'autorisation de découvert sur leur compte.

Remerciements

Swinderen, A.M., van (Triodos Facet) (2013), tiré du 'Programme d'expansion en finance agricole durable pour les partenaires du fond Hivos et Hivos Triodos, 2013-2015'.

Le programme vise à accroître l'accès à la finance des petits producteurs agricoles, des PME agricoles et des organisations de producteurs en renforçant les capacités des IMF. L'outil présenté ci-dessus a été développé en travaillant avec Maquita (Equateur) et Sembrar Sartawi (Bolivie), et se base sur les activités participatives d'apprentissage et les méthodologies d'ERP (évaluation rurale participative).

Outil 4.5c Gérer votre argent

De CARE International Rwanda

Pourquoi utiliser cet outil?

Il s'agit d'un outil très pratique destiné à offrir aux micro-entrepreneurs ruraux un atelier de travail dont l'objectif est de les aider à améliorer leurs pratiques de gestion de l'argent. Les pratiques saines de gestion de l'argent sont d'une importance capitale pour la survie de toute entreprise. Cet outil est particulièrement adapté aux femmes car il démarre à zéro et explique comment gérer son argent de manière simple et amusante. Les personnes participant à l'atelier n'ont pas besoin de savoir lire ni écrire.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

Un guide pour l'animation d'un atelier de travail sur la gestion de l'argent qui apportera aux participants:

- Un aperçu des différents objectifs d'épargne, la distinction entre les besoins et les souhaits, les plans à court et à long terme
- Un aperçu de la priorisation et de la planification des dépenses
- Un aperçu de la façon de séparer l'argent de l'entreprise et l'argent personnel
- Comment comptabiliser l'argent rentrant et sortant
- Des exercices pratiques de gestion de budget

Qui applique cet outil et pour qui?

Les professionnels du développement qui cherchent à améliorer les pratiques de gestion financière des entrepreneurs agricoles.

Comment cela fonctionne-t-il?

Etape 0 Préparation

- Matériaux: des cartes à noter, du papier adhésif, des objets à compter (par ex. des pierres, des capsules).
- Parcourez l'outil au préalable afin de vous assurer que tout soit bien clair. Les parties en *italique* sont destinées à guider l'animateur.
- Tracez des cadres sur un tableau blanc, noir ou à feuillets, ou utilisez des copies pour montrer les illustrations explicatives de cet outil.

Etape 1 Définition de vos objectifs (10 minutes)

Demandez au groupe: Quels sont vos rêves pour l'avenir?

Invitez deux-trois volontaires à partager leurs rêves. Expliquez ce qui suit et montrez les images pour chaque type d'objectif:

Ces rêves d'avenir peuvent être appelés «objectifs». Un objectif est quelque chose que vous désirez réaliser à l'avenir – concernant votre famille peut-être, ou encore votre entreprise. Un objectif pourrait être de visiter un membre de votre famille vivant ailleurs, d'acquérir de nouvelles compétences ou d'acheter un téléphone portable.

Les objectifs impliquant ce que nous désirons accomplir à l'aide de l'argent que nous épargnons sont des objectifs d'épargne.

En général, ces objectifs d'épargne tombent dans une des trois catégories, les TROIS TYPES D'OBJECTIFS D'EPARGNE: (*montrez les images de la figure 69 tout en expliquant*)

Figure 70: Les trois types d'objectifs d'épargne (source: CARE, 2010)

<p>1. PERSONAL OR FAMILY USE – like a mobile phone, the fee for the metal for the roof of your house.</p> 	<p>2. EMERGENCIES – save in case of a fire, a landslide, or a drought, for example.</p> 	<p>3. FUTURE OPPORTUNITIES – renting or buying land, buying a pig, goat or cow, or starting a business.</p> 
--	--	---

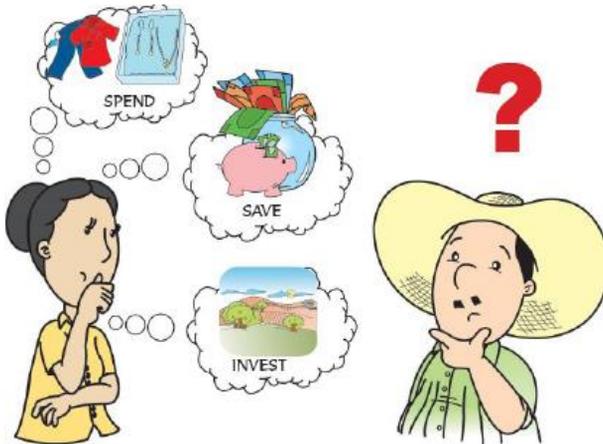
Traduction de la figure 70: 1.UTILISATION FAMILIALE OU PERSONNELLE – tel un téléphone portable, les coûts des feuilles de tôle pour le toit de votre maison. 2.URGENCES – épargner en cas d'incendie, de glissement de terrain ou de sécheresse, par exemple. 3.OPPORTUNITES FUTURE – location ou achat de terres, achat d'un porc, d'une chèvre ou d'une vache, ou démarrer une entreprise.

Demandez au groupe: lesquels de vos objectifs relèvent de l'utilité personnelle ou familiale? De cas d'urgences? D'opportunités futures?

Vous pouvez faire trois choses avec de l'argent (montrez la figure 70):

Figure 71: Trois façons d'utiliser son argent (source: Triodos Facet, 2013)

You can do three things with money:



Traduction de la figure 71:
Vous pouvez faire trois choses
avec de l'argent: dépenser,
épargner, investir

Etape 2 Objectifs d'épargne (15 minutes)

Dites: Je vais vous raconter l'histoire de Fred et Judith. Ecoutez attentivement! J'aimerais que vous réfléchissiez aux objectifs d'épargne de Judith et Fred.

Lisez l'histoire de Fred et Judith de la figure 71.

Figure 72: Les objectifs de Fred et Judith (source: CARE, 2010)

Les objectifs de Fred et Judith

Judith et Fred sont mariés et vivent à Gulu avec leurs quatre enfants. Son mari vend du sorgho et Judith achète des avocats en gros pour les revendre.

Ils viennent de se joindre à une AVEC et ont des rêves d'avenir. Judith et Fred désirent tous deux améliorer leur maison en installant un toit métallique. Ils ont aussi parlé d'acheter des poules qu'ils pourraient utiliser pour produire de l'engrais, des œufs ainsi que d'autres poules! Ils désirent tous deux mettre un peu d'argent de côté pour la saison des pluies, au cas où l'un d'entre eux ou un de leurs enfants tombe malade.

Judith et Fred discutent également ensemble de leurs rêves et objectifs personnels. Judith rêve d'acheter un téléphone portable cette année! De son côté, Fred a gardé un peu d'argent pour acheter de la bière locale deux fois par semaine et il désire acheter un vélo d'occasion qui lui serait utile pour élargir les activités de

Lorsque vous avez fini de lire l'histoire, demandez:

- Quels sont les objectifs d'épargne de Judith et Fred? [*l'amélioration de la maison, des poules, de l'argent pour pouvoir acheter des médicaments durant la saison des pluies, un téléphone portable, de la bière locale, un vélo d'occasion*]
- Quels sont les objectifs qui relèvent de l'utilité personnelle ou familiale? [*l'amélioration de la maison, le téléphone portable, la bière locale*]
- Lesquels sont relatifs aux cas d'urgence? [*les médicaments pour la saison des pluies*]
- Quels objectifs sont relatifs à des investissements futurs? [*les poules, le vélo d'occasion*]

Concluez la session par ces mots: Tout comme Judith et Fred, vous avez des objectifs d'épargne.

Comment le fait d'avoir un objectif d'épargne peut-il vous aider à épargner?

[Lorsque vous épargnez pour quelque chose dont vous avez vraiment envie ou qui est important pour vous, vous êtes motivés et vous avez la discipline de contrôler vos dépenses]

Etape 3 Prioriser les dépenses (15 minutes)

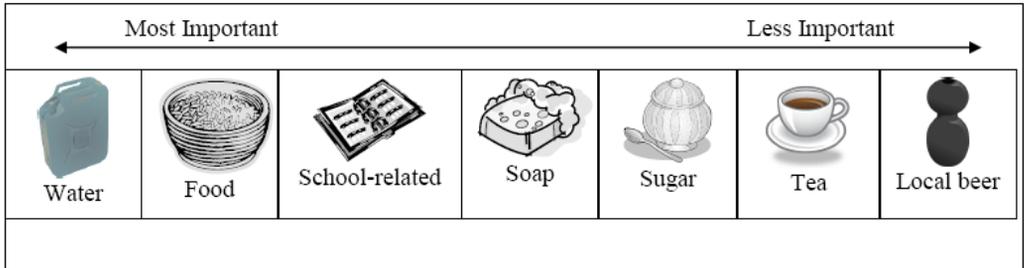
Demandez au groupe: Au cours d'une semaine typique, comment dépensez-vous de l'argent? Et au cours d'un mois typique?

Si possible, faites un petit dessin sur une fiche pour chaque dépense que les participants mentionnent. Lorsque votre liste atteint les 10-15 dépenses, placez-les bien en vue. Demandez ensuite aux participants d'effectuer ce qui suit:

Maintenant, j'aimerais que vous établissiez, en groupe, des priorités au niveau de ces dépenses.

Décidez des dépenses les plus importantes et de celles qui le sont le moins. Posez-vous la question de savoir quelles sont les dépenses dont vous ne pouvez absolument pas vous passer et quelles sont celles qui ne sont pas indispensables à la survie. Énumérez-les en partant d'ici (montrez aux participants l'endroit où situer les plus importantes), jusque là (montrez aux participants où situer les moins importantes).

Figure 73: Classification des dépenses (source: CARE, 2010)



Traduction de la figure 73: Plus importantes – moins importantes: eau, nourriture, scolaire, savon, sucre, thé, bière locale.

Dites: Les dépenses nécessaires à notre survie s'appellent des BESOINS. Certains besoins sont urgents – il nous les faut immédiatement, comme la nourriture et l'eau – et d'autres besoins sont également importants, tels qu'un toit ou les frais de scolarité. Ces besoins se situent plutôt vers le milieu de notre schéma.

Les denrées telles que le thé et la bière locale sont agréables mais ne sont pas nécessairement liées à la survie. Nous appelons ces denrées des DESIRS.

Étape 4 Planification des dépenses (15 minutes)

Expliquez: Souvenez-vous de Fred et Judith? Revenons à leur histoire et réfléchissons à leurs désirs et à leurs besoins.

Répétez l'histoire de Fred et Judith. Ensuite, demandez:

- Quels sont les désirs de Fred et Judith? [*des poules, un téléphone portable, de la bière locale et un vélo d'occasion*]
- Quels sont les besoins de Fred et Judith, en dehors de la nourriture et de l'eau? [*des avocats à vendre pour le commerce de Judith, des intrants agricoles pour le sorgho de Fred, un toit en tôle, de l'argent pour la saison des pluies*]

Expliquez: lorsque nous priorisons les dépenses, il nous faut prendre en compte les besoins et les désirs. Quelles sont les dépenses nécessaires à notre survie? Quelles dépenses ne sont pas si urgentes? Pour évoluer, nous devons planifier certains de nos désirs et dépenses futures. Pour ce faire, nous devons comprendre combien de temps nous sera nécessaire afin de réaliser certains objectifs. Pensez un instant aux objectifs de Fred et Judith, et aux vôtres.

- Quels sont les objectifs de Fred et de Judith qui prendront le plus de temps avant d'être réalisés – comme six mois ou plus? [*le téléphone portable peut-être, ou le vélo et un toit en tôle*]

- Lesquels de vos objectifs personnels pourraient prendre un an ou plus avant d'être réalisés?
- Quels sont les objectifs de Fred et de Judith qui ne prendront que quelques semaines ou mois avant d'être réalisés? [*une poule, un peu d'argent pour la saison des pluies, de la bière locale*]
- Lesquels de vos objectifs pourraient ne prendre que quelques semaines ou mois avant d'être réalisés?

Laissez deux-trois participants donner des exemples de chaque objectif au groupe entier. Ensuite, expliquez: un objectif qui ne prendra que quelques mois à se réaliser - comme un-six mois - est un objectif à **court terme**. Vous pouvez atteindre un objectif à court terme en un court laps de temps. Un objectif dont la réalisation prendra plus longtemps - comme six mois, un an ou plus - est un objectif à **long terme**. Un objectif à long terme est un grand rêve que vous espérez accomplir un jour.

Résumez la session en demandant:

- De quoi avons-nous besoin afin de penser à quand planifier nos dépenses? [*Les trois types d'objectifs, désirs et besoins et objectifs à long terme et à court terme.*]

Dites: Afin d'accomplir nos objectifs et d'évoluer, il nous faut établir les bonnes priorités. Une façon de procéder est de mettre en place un **budget**. Un budget est tout simplement un plan pour l'ensemble de notre argent entrant et sortant.

J'aimerais que vous pensiez à votre argent entrant et sortant. Vous pouvez procéder mentalement, ou vous pouvez utiliser un petit carnet. Si vous désirez utiliser un carnet, même si vous n'avez pas été à l'école, vous pouvez demander l'aide de quelqu'un pour écrire les dates et inscrire un X ou autre pour symboliser une certaine somme d'argent. Nous utiliserons cette information pour constituer un petit budget.

Montrez à tout le monde l'exemple de la figure 74 ci-dessous et permettez à ceux qui le désirent de copier l'information dans leurs carnets.

Figure 74: Exemple de budget (source: CARE, 2010)

 MONEY IN			 MONEY OUT		
Date	Amount	Source?	Date	Amount	On What?

Traduction de la figure 74: Argent entrant: date, montant, source? Argent sortant: date, montant, pour quoi?

Etape 5 Argent entrant et argent sortant (15 minutes)

Donnez aux participants le temps de réfléchir à leurs propres revenus et dépenses de la semaine dernière ainsi que de les noter.

Etape 6 Relevé de l'argent sortant et entrant (15 minutes)

Demandez: Comment s'est passé le relevé de l'argent entrant et sortant?

Remerciez-les d'avoir pris note de ceci. Ensuite, présentez les encadrés de budget modèle de la figure 75.

Figure 75: Encadrés du budget (source: CARE, 2010)

Traduction de la figure 74: Argent entrant/Argent sortant/1.Revenus 2.Dépenses 3.Epargne 4.Dettes/Prêts)

Expliquez que ces encadrés représentent un budget – ou un relevé de l'argent entrant et sortant. Chaque encadré représente une certaine catégorie d'argent entrant ou sortant.

Dites: Parmi nos «encadrés du budget»;

- L'encadré 1 représente le revenu
- L'encadré 2 représente votre argent sortant ou dépenses.
- L'encadré 3 représente l'épargne – l'argent que vous mettez de côté pour utilisation personnelle, urgences ou investissements.
- L'encadré 4 représente votre dette ou vos remboursements de prêts.

Demandez: Lorsque vous observez votre propre budget, quels sont les points que vous allez répertorier dans l'encadré REVENU? Qu'en est-il des DEPENSES? De l'EPARGNE? Des DETTES et PRETS?

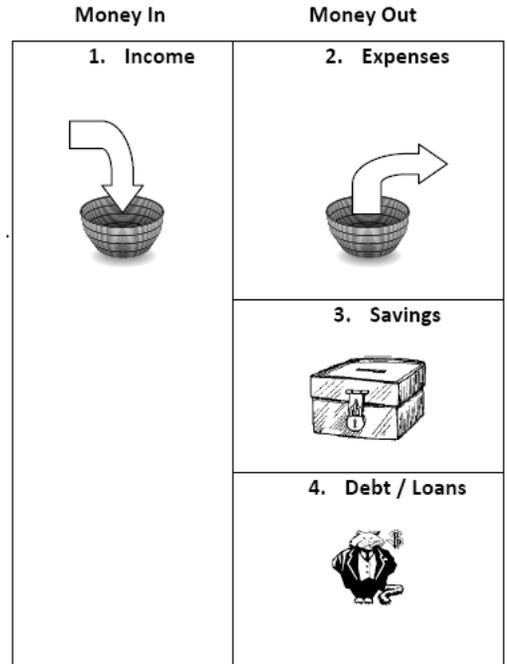
Permettez à quelques volontaires d'offrir des réponses pour chaque catégorie. Proposez vos propres exemples ou suggestions si les participants éprouvent des difficultés à donner des idées.

Expliquez ensuite:

Nous avons parlé de la façon d'équilibrer nos finances. Un simple plan budgétaire pour la semaine ou le mois aide à relever les montants d'argent impliqués dans chacune des quatre composantes – (le revenu; les dépenses; l'épargne; et les dettes/remboursements de prêts) – de telle façon à ce que les montants totaux des encadrés 2, 3 et 4 **ne dépassent jamais celui de l'encadré 1.**

Etape 7 Dépenses commerciales et ménagères (10 minutes)

Commencez par dire: Je viens de vous montrer un exemple d'un moyen d'évaluer les revenus et les dépenses en utilisant un budget. Il y a encore une considération à prendre en compte lors de l'élaboration de votre budget. Il s'agit de la différence entre les dépenses COMMERCIALES et les dépenses MENAGERES.



Demandez: A votre avis, pourquoi est-ce important de séparer les dépenses commerciales et ménagères?

Laissez deux-trois volontaires répondre. Dites ensuite:

Ne pas séparer les dépenses commerciales et les dépenses ménagères revient à acheter un paquet de sucre troué. Votre «argent entrant» semblera fuir – comme un sac troué – si vous ne planifiez pas les deux correctement!

Je vais vous lire une liste de dépenses, une à une. Si vous pensez que la dépense est une dépense commerciale, LEVEZ UNE MAIN. Si vous pensez que la dépense est une dépense ménagère, LEVEZ LES DEUX MAINS.

Figure 76: Dépenses communes (source: CARE, 2010)

Lisez la liste des dépenses de la figure 75.

Après chaque dépense, demandez à un volontaire de chaque endroit de partager une des raisons pour lesquelles ils ont choisi les dépenses commerciales, ménagères, ou les deux. Ajoutez les informations que le volontaire aura éventuellement omises. Lorsque vous avez terminé, demandez:

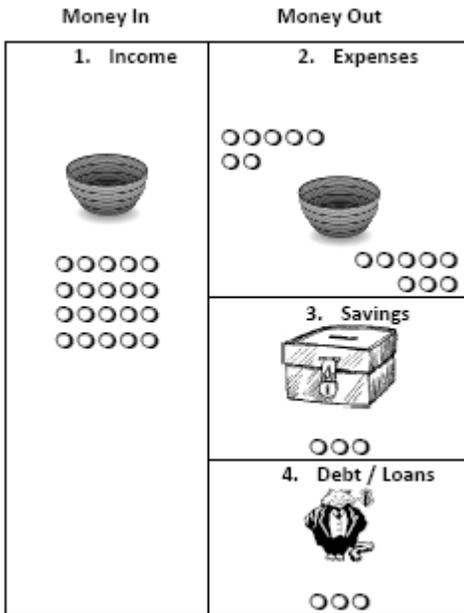
- Quelles sont d'autres dépenses liées au commerce? *[Élargissement de l'entreprise, transport de biens, réparation et entretien, stock, intrants agricoles.]*
- Quelles sont d'autres dépenses liées au ménage? *[Dépenses médicales, nourriture, réparations dans la maison, vêtements, frais scolaires, thé.]*

DEPENSES COMMUNES

1. Fournitures scolaires [ménagères]
2. Location d'une parcelle de terre [commerciales et/ou ménagères, dépendamment de ce à quoi la famille destine la récolte (consommation personnelle, vente, ou les deux)]
3. Les engrais [commerciales et/ou ménagères, dépendamment de ce à quoi la famille destine la récolte (consommation personnelle, vente, ou les deux)]
4. Transport en ville pour vendre les légumes [commerciales]
5. Bidons [ménagères]
6. Réparation du vélo d'occasion [commerciales ou ménagères]
7. Jeunes plants ou semences [commerciales et/ou ménagères, dépendamment de ce à quoi la famille destine la récolte (consommation personnelle, vente, ou les deux)]
8. Transport vers un centre hospitalier

Etape 8 Pratiquer l'élaboration d'un budget (10 minutes)

Figure 77: Dépenses communes (source: CARE, 2010)



Traduction de la figure 77: Argent entrant:
 1.Revenu/Argent sortant: 2.Dépenses 3.Epargne
 4. Dettes/Prêts

Placez les encadrés du budget en vue de tous. Préparez à l'avance les objets dont vous allez vous servir pour compter au cours de cette étape.

Dites: Vous souvenez-vous de Judith et Fred? Ils ont aussi participé à cet atelier de travail. Après avoir appris à constituer un budget, ils ont décidé de faire un essai. Ils planifient l'argent entrant et l'argent sortant de cette semaine à l'avance.

- 1) Cette semaine, ils vont commencer avec leur revenu de la semaine dernière. Ils ont 2000 shillings à dépenser. (*Placez vingt cailloux dans l'encadré REVENUE*)
- 2) Au sein du ménage, ils comptent dépenser 700 shillings pour de la nourriture et autre nécessités. (*Placez sept jetons d'un côté de l'encadré DEPENSES*)
- 3) Pour leurs deux entreprises, ils pensent dépenser 800 shillings. (*Placez huit jetons dans l'autre côté de l'encadré DEPENSES*)
- 4) Dans leur groupe d'épargne, Judith a l'intention d'épargner 300 shillings. (*Placez trois jetons sur EPARGNE*)
- 5) Judith doit aussi rembourser un prêt cette semaine. Elle doit 300 shillings. (*Placez trois jetons dans l'encadré DETTES/PRET*)

Demandez à des volontaires de vous aider à additionner les deux côtés. Ils remarqueront que le budget d'argent sortant est supérieur de 100 shillings à celui de l'argent entrant. Expliquez les termes **SURPLUS** et **DEFICIT**. Un surplus signifie qu'il reste de l'argent, alors qu'un déficit signifie qu'il n'y en a pas assez.

Demandez:

- Quel est le problème? [*Judith et Fred ont un déficit de 100 shillings cette semaine.*]

- Que pourraient-ils faire pour résoudre ce problème? *[Épargner un peu moins, trouver un moyen de dépenser un peu moins.]*

Demandez aux participants quelles sont leurs questions concernant le budget. Donnez aux participants le temps de copier le budget dans leurs carnets s'ils le désirent. Dites-leur que l'élaboration d'un budget est un défi dans un premier temps, mais que cela devient plus facile avec la pratique!

Remerciements

CARE International Rwanda (2011) Education financière pour les AVEC, guide pour agents de terrain formateurs. Basé sur le travail de opportunités en microfinance et du programme d'éducation financière mondiale.

Réimprimé à partir d'opportunités en microfinance et CARE International, Education financière pour les AVEC. Copyright © Opportunités en microfinance & CARE International 2010.

Adapté pour le projet de 'Consolidation de la paix par le renforcement des associations économiques de femmes' en Ouganda pour la Banque Mondiale/TDRP, par Triodos Facet, 2013.

4.6 Organisations de développement

Outil 4.6 Scan organisationnel du genre d'une organisation partenaire

De SNV

Parmi les organisations travaillant dans le domaine de l'égalité entre les genres et de l'appui au développement de chaînes de valeur (DCV), certaines ne participent pas directement à la mise en œuvre, mais travaillent par l'intermédiaire d'organisations partenaires; soit parce qu'elles ont un rôle de bailleur de fonds et agissent au niveau du suivi et du soutien ou parce que leur façon de travailler consiste à développer les capacités des partenaires locaux. Une phase cruciale dans la sélection d'organisations s'occupant de la mise en œuvre est de déterminer leur sensibilité aux questions d'égalité entre les genres. Ceci est également important lorsqu'on travaille avec des organisations partenaires au développement d'une chaîne de valeur.

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil, constitué de différents tableaux (voir annexe 1) comprenant des listes récapitulatives concernant des thèmes spécifiques, peut être utilisé afin d'effectuer une «évaluation» rapide ou un scan organisationnel d'organisations partenaires futures afin de déterminer à quel point elles sont impliquées dans l'intégration du genre à différents niveaux:

- Dans leur vision et énoncé de mission
- Dans leur structure et culture organisationnelle
- Dans leurs interactions avec d'autres organisations impliquées dans la question de l'égalité entre les genres et dans leur façon de communiquer à propos des questions liées au genre
- Dans leurs opérations et la mise en œuvre de leurs interventions auprès des populations cibles
- Dans la façon dont les services sont livrés et si ceux-ci répondent à la fois aux besoins et situations des femmes et des hommes

Les tableaux peuvent être utilisés pour:

- Sélectionner des partenaires (un partenaire spécifique non sensible à la question de l'égalité entre les genres peut être écarté).
- Discuter d'une vision commune des objectifs en matière d'égalité entre les genres.
- Identifier les lacunes au niveau des capacités des partenaires en matière d'intégration de la question du genre et planifier des actions pour combler ces lacunes.
- Développer des interventions spécifiques ou sensibles à la question du genre.
- Rédiger un protocole d'accord prenant en considération la perspective du genre et définissant des résultats clairs en termes d'égalité entre les genres (extrants et effets).

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

Cet outil permet aux organisations désireuses de développer des partenariats avec des organismes de mise en œuvre, d'obtenir un aperçu rapide de la façon dont ceux-ci intègrent la question du genre aux niveaux organisationnel et opérationnel. Il les aide à obtenir une vision commune des éléments clés de l'intégration du genre et à définir les objectifs de développement des capacités en matière d'intégration de la question du genre pour les organismes partenaires, tout en les orientant également vers des interventions sexospécifiques concrètes pour le DCV.

Qui applique cet outil et pour qui?

Des organisations de développement fournissant un soutien financier ainsi qu'en matière de développement des capacités aux partenaires ou organismes de mise en œuvre.

Comment cela fonctionne-t-il?

A la base de cet outil se trouvent des tableaux permettant de discuter de la sensibilité à la question du genre d'une organisation, selon différentes perspectives:

- I. Développement organisationnel
- II. Développement institutionnel
- III. Le client applique-t-il l'intégration de la question du genre au sein de ses opérations (activités, programmes, extrants)?
- IV. Le client fournit-il des services sensibles à la question du genre?

Etape 1

Organiser une réunion avec l'organisation partenaire (future) et expliquer les objectifs de l'outil ainsi que le processus à suivre, mais aussi établir la relation avec l'importance de l'égalité entre les genres pour votre propre organisation et la mission de celle-ci.

Etape 2

Passer en revue la liste récapitulative de chaque tableau avec l'organisation partenaire et cocher la réponse oui/non. Demander à l'organisation de justifier la réponse donnée.

Etape 3

Après avoir passé en revue chaque tableau, vous pouvez tirer des conclusions. Vous pourriez par exemple décider de ne pas travailler avec ce partenaire car il n'est pas suffisamment sensible à l'égalité entre les genres. Vous pourriez aussi décider de planifier des actions de développement de capacités afin de combler les lacunes identifiées (formations, mentorat, etc.).

Etape 4

Développer un MoU sensible à l'égalité entre les genres dans lequel vous définissez ce que vous attendez de l'organisation partenaire.

Remerciements

SNV (2009) 'Conduct a Gender Audit of Client/ Partner Organization', Engendered version of Corporate standards and triple A (analysis, action, assessment).

Annexe 1 Outil 4.6 Scan organisationnel du genre chez un client/Organisation partenaire

	Questions	Réponses		Actions à entreprendre
	I Développement organisationnel			
	<i>Vision et mission</i>			
1.	L'organisation dispose-t-elle d'un énoncé de mission clair reconnaissant l'existence de disparités/discriminations liées au genre?	Non	Oui	
2.	L'organisation possède-t-elle une stratégie genre spécifiant les buts/objectifs d'égalité entre les genres?	Non	Oui	
3.	L'organisation propose-t-elle des formations dans le domaine de l'égalité entre les genres à ses membres?	Non	Oui	
4.	L'organisation jouit-elle d'une expertise spécifique en matière d'égalité entre les genres?	Non	Oui	
5.	Dispose-t-elle d'un budget spécial pour entreprendre des activités liées au genre?	Non	Oui	
6.	L'organisation dispose-t-elle de mécanismes permettant de partager les bonnes pratiques/leçons apprises au sujet des questions relatives au genre?	Non	Oui	
	Structure et culture organisationnelle			
7.	Y a-t-il un équilibre entre les genres dans la composition générale du personnel et au sein des différents niveaux hiérarchiques de l'organisation?	Non	Oui	
8.	Accorde-t-on aux hommes et aux femmes (y compris au sein des groupes cibles) la même participation au niveau de la prise de décision?	Non	Oui	
9.	La direction s'est-elle engagée à représenter de manière équilibrée les hommes et les femmes, à tous les niveaux de l'organisation?	Non	Oui	
10.	Les procédures de recrutement facilitent-elles l'embauche de femmes?	Non	Oui	
11.	Les arrangements de travail de l'organisation prennent-ils en compte les responsabilités des hommes et des femmes en dehors du lieu de travail? (prendre soin des enfants ou des aîeux, etc.)	Non	Oui	

12.	L'organisation accorde-t-elle de la valeur aux comportements respectueux de l'égalité entre les genres?	Non	Oui	
13.	Fait-elle preuve d'un comportement respectueux face à l'égalité entre les genres? (langage utilisé, humour, matériel utilisé, etc.)	Non	Oui	
Conclusions à tirer:				
L'organisation a-t-elle besoin de développer ses capacités concernant l'un de ces aspects afin d'obtenir les résultats attendus et de contribuer à l'impact envisagé?				
Questions		Réponses		Actions à définir
II Développement institutionnel				Spécifier l'activité et le résultat/indicateur
1.	L'organisation travaille-t-elle avec des organismes sensibles à l'égalité entre les genres/spécifiques?	Non	Oui	Si oui, de quel type/nature?
2.	Est-elle membre de forums, tables rondes sur les questions relatives au genre?	Non	Oui	Si oui, laquelle/lesquelles?
3.	Communique-t-elle au sujet des questions d'égalité entre les genres à l'aide des médias suivants:	Non	Oui	
3.1	Publications concernant des sujets traitant de l'égalité entre les genres (articles, études de cas, etc.)	Non	Oui	Si oui, laquelle/lesquelles?
3.2	Campagnes de sensibilisation	Non	Oui	
4	Dispose-t-elle de la capacité de mobiliser des fonds permettant de mettre en œuvre des actions en faveur de l'EG?	Non	Oui	
5	Exerce-t-elle une influence sur l'élaboration de politiques au niveau national?	Non	Oui	
6	Exerce-t-elle une influence sur les cadres réglementaires aux niveaux locaux et nationaux?	Non	Oui	
Conclusion à tirer:				
L'organisation a-t-elle besoin de développer ses capacités concernant l'un de ces aspects afin d'obtenir les résultats attendus et de contribuer à l'impact envisagé?		Rédiger un protocole d'entente et un contrat d'activités sensibles à l'égalité entre les genres: Déterminer les extrants (types de services-conseil dans le domaine de l'égalité entre les genres) et les «résultats» spécifiques qui démontreront les compétences/capacités du client à atteindre une égalité entre les genres renforcée. Spécifier les performances/résultats attendus de la part du client afin de contribuer spécifiquement à l'impact envisagé. Spécifier la contribution plausible du client aux impacts/objectifs envisagés dans le domaine de l'égalité entre les genres.		

III Le client applique-t-il l'intégration du genre dans ses opérations (activités, programmes, produits)?

Questions		Réponses		Actions à définir
<i>Intégration du genre dans un secteur/sous-secteur spécifique</i>		<i>Spécifier le sous-secteur</i>		
1.	Une analyse basée sur le genre a-t-elle été menée dans la zone d'intervention du C/P	Non	Oui	
2.	Une planification stratégique sensible à l'égalité entre les genres a-t-elle été menée avec formulation d'options?	Non	Oui	
3.	Des buts/objectifs en matière d'égalité entre les genres ont-ils été identifiés?	Non	Oui	
4.	Des interventions spécifiques liées au genre et à son intégration ont-elles eu lieu?	Non	Oui	
5.	Des indicateurs sensibles à la question du genre ont-ils été développés et intégrés à un cadre de suivi/une évaluation et à une stratégie de communication sensibles à la question du genre?	Non	Oui	
Conclusions à tirer:				
L'organisation a-t-elle besoin de développer ses capacités concernant l'un de ces aspects afin d'obtenir les résultats attendus et de contribuer à l'impact envisagé?				

IV Le client fournit-il des services sensibles à l'égalité entre les genres?

Questions	Réponses		Actions devant être définies par SNV
Quel est le groupe ciblé par l'activité?	hommes	femmes	Si les femmes ne font pas partie du groupe cible:
Les femmes et les hommes ont-ils été consultés?	Oui	Non	Si les femmes ne sont pas consultées:
Participeront-ils de manière égale à l'activité? Si non, existe-t-il une raison particulière pour ceci?	Oui	Non	
Les activités entreprises répondent-elles aux besoins et intérêts spécifiques des femmes et des hommes?	Oui	Non	
Ont-elles été conçues en fonction d'une analyse basée sur l'égalité entre les genres?	Oui	Non	
Prendent-elles en considération les rôles, responsabilités et besoins des femmes et des hommes?	Oui	Non	
Prendent-elles en considération leurs différences dans l'accès aux ressources?	Oui	Non	
Existe-t-il des mesures spéciales pour répondre aux besoins	Oui	Non	

spécifiques des femmes?			
Les activités atteignent-elles les femmes et les hommes de manière égale?	Oui	Non	
Les activités ont-elles un impact négatif sur les femmes ou sur les hommes?	Oui	Non	
La contribution des femmes au secteur/sous-secteur est-elle connue, reconnue et valorisée?	Oui	Non	
Conclusions à tirer:			
L'organisation a-t-elle besoin de développer ses capacités concernant l'un de ces aspects afin d'obtenir les résultats attendus et de contribuer à l'impact envisagé?			



5. Suivi et Evaluation

Outil 5.1a Coûts et bénéfices d'une stratégie d'amélioration de la CV pour les hommes et les femmes

De Lindo and Vanderschaeghe base sur la Matrice d'Analyse du Genre d'UNIFEM

Pourquoi utiliser cet outil?

La sélection d'une stratégie de développement de chaîne de valeur comporte le risque d'opérer un impact négatif sur certains intervenants, particulièrement sur ceux qui sont à peine visibles ou n'ont pas la possibilité de s'exprimer. Cette matrice constitue un outil participatif d'évaluation utile permettant de déterminer rapidement la façon dont une intervention de développement de chaîne de valeur affectera ou affecte les hommes et les femmes du point de vue de différents intervenants.

Cette analyse peut être utilisée dans la phase de planification d'une intervention sur une chaîne de valeur ou pour le suivi et l'évaluation.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Évaluez les coûts possibles ou réels ainsi que les bénéfices de la stratégie d'amélioration de la chaîne de valeur pour ses différents acteurs, en prenant en compte les dimensions significatives comme la quantité de travail, le revenu, la position sociale ou la position sur le marché.
- Analysez les coûts et bénéfices différenciés selon le genre. Réfléchissez aux causes sous-jacentes et aux solutions menant à des résultats plus équitables entre les genres et, ce faisant, sensibilisez aux préjugés sexistes dans le développement de stratégies de CV.
- Sensibilisez à l'interdépendance des acteurs d'une chaîne de valeur; à la façon dont l'amélioration au niveau d'un acteur peut affecter les conditions socio-économiques d'autres acteurs de leur communauté et chaîne de valeur.
- Planifiez des actions permettant d'éviter un impact négatif et d'accroître les bénéfices.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil est destiné à une analyse participative multi-acteurs et à être utilisé au cours d'ateliers de travail rassemblant différents acteurs de la chaîne; des producteurs, transformateurs, détaillants, etc. des deux sexes. Il est important de disposer d'un public hommes-femmes équilibré.

Comment cela fonctionne-t-il?

Étape 0 Préparation de l'atelier de travail

- Créez la matrice d'analyse (comme expliqué ci-dessous). Sur l'axe horizontal seront disposées les catégories pertinentes pour la chaîne de valeur spécifique, sur l'axe vertical se retrouveront les acteurs de cette chaîne. Faites la différence entre les hommes et les femmes. La communauté représente tous les autres acteurs non mentionnés ci-dessus (travailleurs, consommateurs, etc.).
- Lors de l'utilisation de cet outil au cours de la phase de planification: préparez une présentation participative de la stratégie d'amélioration de la chaîne. Par exemple, demandez aux participants de créer une carte ou un jeu de rôle leur permettant de représenter les changements prévus dans le domaine de la technologie, des marchés, des liens horizontaux et verticaux ainsi que les implications de ces changements sur la vie des gens.

Exemples de catégories de la matrice:

- *Temps et travail*: Ceci fait référence aux changements survenant au niveau de la charge de travail et de la qualité du travail, des tâches et compétences requises (qualifié versus non qualifié, éducation formelle, formation) et au niveau de la capacité de la main-d'œuvre (faut-il engager du personnel ou est-ce que des membres de la famille ou l'entreprise elle-même suffisent?).
- *Revenu et contrôle des ressources*: Ceci fait référence aux changements survenant au niveau du revenu et du contrôle des ressources comme les terres, les animaux et le crédit.
- *Position sociale*: Ceci fait référence aux changements survenant au niveau de la position sociale et des relations entre les genres résultant de l'intervention d'amélioration de la chaîne de valeur.
- *Position sur le marché*: Ceci fait référence aux changements survenant au niveau du pouvoir économique, entre les acteurs de la chaîne de valeur, et découlant de la stratégie d'amélioration de la chaîne.

Les catégories reprises dans la matrice peuvent être adaptées aux situations et besoins spécifiques. D'autres catégories pouvant convenir pourraient être la santé, l'alimentation, la sécurité, etc.

Etape 1 Déroulement de l'atelier avec les participants

Durée: Deux – trois heures

Utilisez la matrice coût-bénéfice pour l'élaboration de rapports. Vous pouvez utiliser des couleurs différentes pour les changements positifs et négatifs. Voir figure 77 pour un exemple de format coût-bénéfice.

Figure 78: Format de matrice coût-bénéfice (source: Vanderschaeghe & Lindo, 2007)

Acteurs	Travail	Revenu	Position sociale/sur le marché
<i>Producteur masculin</i>			
<i>Producteur féminin</i>			
<i>Transformateur masculin</i>			
<i>Transformateur féminin</i>			
<i>Communauté Hommes et femmes</i>			

Légende: La couleur noire représente l'impact positif sur l'acteur concerné, la couleur bleue représente l'impact négatif.

Les différents stades de l'atelier de travail sont les suivants:

1. Présentation participative de la stratégie de développement de la chaîne (dans le cas où l'outil est utilisé dans la phase de planification).
2. Expliquez l'exercice aux participants et présentez la matrice sur un poster apposé sur le mur, révélant les différentes catégories et différents acteurs.
3. Posez leur les questions suivantes et écrivez-en les réponses dans la matrices située sur le mur.

Au cours de la phase de planification de la stratégie d'amélioration de la chaîne:

- Comment votre future participation à la chaîne de valeur changera-t-elle votre travail ainsi que les compétences qu'il requiert? Comment ceci affectera-t-il l'utilisation de votre temps ainsi que votre temps disponible pour d'autres activités?
- Comment cela changera-t-il votre revenu? Comment cela changera-t-il le contrôle de votre revenu ou d'autres ressources?
- Comment cela changera-t-il vos relations sociales ou avec le genre opposé au sein du ménage et de la chaîne de valeur?

Au cours de la phase de suivi et d'évaluation de la stratégie d'amélioration de la chaîne:

- Comment l'amélioration de la chaîne de valeur a-t-elle changé votre travail, votre revenu et contrôle des ressources, vos relations sociales ou avec le genre opposé?

Quelques questions afin d'approfondir la discussion et de parvenir à une proposition d'action:

- Qui bénéficie ou pâtit de l'amélioration de la chaîne?
- Peut-on remarquer des différences au niveau des changements dans la vie des hommes et des femmes? Quelles en sont les causes?
- Dans quelle mesure ces changements sont-ils souhaités?
- Comment l'impact négatif peut-il être minimisé? Comment gérer les obstacles ou facteurs négatifs?
- Quelles actions peuvent être entreprises afin de surmonter les impacts négatifs?

Laisser les participants répondre aux questions en groupes. Distribuez une copie de la matrice sur papier, que chaque groupe complètera avec, au début, de l'aide et un suivi de la part des animateurs.

Les groupes sont formés en rapport avec les différentes étapes de la chaîne, ou suivant le critère de genre (hommes et femmes dans des groupes séparés).

Chaque groupe présente sa matrice complétée au cours de la session plénière. L'animateur aide à résumer et à souligner les changements positifs et négatifs les plus importants.

Etape 2 Systématiser l'information

L'information obtenue au cours de l'atelier de travail doit être systématisée. Les résultats peuvent être utilisés pour perfectionner la stratégie d'amélioration de la chaîne, pour en assurer le suivi et/ou pour en évaluer les impacts.

Recommandations pour le processus

Nous recommandons la présence de deux animateurs pouvant approfondir les premières réponses données et s'assurant que les voix des femmes (ou des hommes) ne soient pas ignorées.

Cet outil peut également être utilisé avec un type d'acteur de la chaîne de valeur. Les différentes catégories de l'axe vertical peuvent être: les hommes, les femmes, les ménages et les autres acteurs/la communauté.

Remerciements

Lindo, P. et M. Vanderschaeghe (2007) Outil développé au cours d'un atelier de travail d'analyse sexospécifique d'une chaîne de valeur impliquant des producteurs et transformateurs à Villanueva, Millennium Challenge Account Nicaragua, adapté à partir de:

Parker, Rani, 1993, 'Another Point of View: A Manual on Gender Analysis Training for Grassroots Workers.' UNIFEM. The Gender Analysis Matrix

Exemple: La chaîne des produits laitiers au Nicaragua

Cet outil a été utilisé au cours d'une analyse sexospécifique d'une chaîne de valeur, au cours de la phase de planification de la stratégie d'amélioration de la chaîne des produits laitiers dans la région occidentale du Nicaragua, facilitée par le Millennium Challenge Account – Nicaragua (MCA-N).

La stratégie d'amélioration au démarrage du programme s'est focalisée sur l'accroissement du revenu des producteurs laitiers, en augmentant la production de lait froid de type «A» des usines de traitement industriel, en investissant dans les installations de traite et en organisant des centres de collecte du lait dans différentes municipalités de la région.

La réalisation d'une matrice coût-bénéfice avec des producteurs et transformateurs de la municipalité de Villanueva (voir annexe 2 pour la matrice) a montré que les propriétaires d'usines de traitement artisanal du lait, la plupart étant des femmes, ont identifié la stratégie du MCA-N comme une menace pour leur entreprise. Leur analyse a conclu que les centres de collecte du lait développés par le programme du MCA-N ne leur laisseraient plus de lait pour développer leurs activités productives. L'atelier de travail a aussi sensibilisé les producteurs aux risques encourus lorsque l'emploi traditionnel se trouve affecté, menant par conséquent à une crise économique dans la région.

Suite à cela, le MCA-N a revu sa stratégie afin d'inclure les transformatrices et de rediriger les ressources dans le but de soutenir ces entreprises. Après avoir établi un diagnostic plus large concernant les intervenants du lien du traitement artisanal du lait, de nouveaux services ont été créés afin d'encourager les bonnes pratiques de production; soutien au développement de nouveaux produits et soutien à un meilleur accès aux marchés.

Figure 79: Matrice coût-bénéfice – stratégie d'amélioration du secteur laitier à Villanueva (source: Vanderschaeghe & Lindo, 2007)

Acteurs	Travail	Revenu	Position sociale/sur le marché
<i>Producteur</i>	Un travailleur de plus est engagé par chaque ferme bénéficiaire. Grâce aux améliorations techniques dans le domaine de la traite et de la gestion du bétail, les jeunes des familles agricoles s'intéressent à l'élevage du bétail.	Les hommes bénéficient d'opportunités plus nombreuses d'accéder au programme de la CV des produits laitiers en raison de la quantité de terres qu'ils possèdent et de la taille de leurs troupeaux. Revenu plus élevé en raison	Les chefs d'exploitations laitières refusent de signer des contrats de vente de lait de qualité à des productrices. «Ils pensent qu'il est plus important de vendre à la compagnie «La Vaquita». Ils se sentent plus importants en faisant des affaires juste entre hommes»

		d'une augmentation du prix du lait.	(propos tenus par des transformatrices).
<i>Productrice</i>		Les femmes des propriétaires de bétail n'ont plus accès au lait qu'elles traitaient dans leurs fermes. Impact négatif sur leur revenu.	Les femmes risquent d'être affectées au niveau de leur contrôle du revenu et de la prise de décision au sein du ménage.
Acteurs	Travail	Revenu	Position sociale/sur le marché
<i>Transformateur</i>	La charge de travail sera plus élevée pour les transformatrices étant donné qu'il leur faut acheter du lait à des communautés plus éloignées. La cessation des transactions commerciales entre les producteurs laitiers et les transformateurs traditionnels de lait met en danger les emplois de plus de 40 industries artisanales et de centaines de vendeurs au détail de produits laitiers.	«Les femmes avaient l'habitude d'acheter notre lait, cela aura maintenant un impact négatif pour elles. » (propos tenus par des producteurs)	
<i>Communauté Hommes et Femmes</i>	Le programme de la CV offre un soutien minimum par rapport au nombre d'élevages de bétail de la municipalité. Risques de pertes d'emplois si seule la chaîne des produits laitiers se terminant par la transformation industrielle est soutenue, écartant les produits laitiers artisanaux.	«Cela va mener à une déstabilisation économique pour les femmes, leurs familles et la municipalité. N'existe-t-il pas un projet permettant d'éviter cette déstabilisation?» (propos tenus par des producteurs)	

Légende: La couleur noire représente l'impact positif pour les acteurs concernés, la couleur bleue représente l'impact négatif.

Outil 5.1b Diamant du genre et de l'autonomisation de la chaîne de valeur

De ICCO, KIT, IIRR, *Atelier d'écriture: genre et chaînes de valeur, Nairobi, 2010*

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil a pour objectif de suivre l'impact sur le genre d'une intervention de développement d'une chaîne de valeur. Une intervention sur une chaîne de valeur respectueuse de l'égalité entre les genres se doit de générer des progrès tant au niveau du développement de la chaîne de valeur qu'au niveau de l'égalité entre les genres. Ceci constitue un défi étant donné que les spécialistes du genre et du DCV ont leurs propres façons de mesurer et de juger les progrès réalisés par une intervention de DCV. L'outil présenté ici combine ces deux perspectives et facilite le dialogue entre spécialistes du genre et du DCV au niveau du suivi de l'impact d'une intervention sur une chaîne de valeur.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- L'analyse d'un acteur d'une chaîne de valeur du point de vue de l'égalité entre les genres et du développement d'une chaîne de valeur, en utilisant les concepts de capacité d'agir et de structure (égalité entre les genres) ainsi que les activités de la chaîne et la gouvernance (développement de la chaîne de valeur).
- La mesure du progrès apporté par une intervention à la fois au niveau de l'égalité entre les genres et du développement de la chaîne, en comparant deux périodes différentes.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil est utilisé par des professionnels du développement impliqués dans des interventions de DCV afin d'opérer un suivi de l'impact de leur travail.

Comment cela fonctionne-t-il?

Cet outil permet de mesurer l'impact, d'une part du progrès en matière d'égalité entre les genres via: (1) la capacité d'agir et (2) la structure, et d'autre part du progrès en matière de (d'intégration du genre dans le) développement de la chaîne de valeur: (3) activités de la chaîne de valeur et (4) gouvernance de la chaîne de valeur.

Il est demandé au personnel impliqué dans l'intervention de jauger les quatre aspects suivants:

1. La mesure dans laquelle les fermières sont autonomisées, qualifiées et conscientes d'elles-mêmes (*capacité d'agir*)
2. La mesure dans laquelle les structures au niveau de la famille, de la communauté et de la société deviennent plus favorables à l'égalité entre les genres (*structure*)
3. La mesure dans laquelle les activités des femmes ajoutent de la valeur, par ex. en accroissant la productivité et/ou la qualité du produit (*activités de la chaîne de valeur*)
4. La mesure dans laquelle les fermières sont impliquées dans la gestion de la chaîne de valeur (*gouvernance de la chaîne de valeur*)

Pour plus d'informations sur le contexte de ces définitions et la façon dont elles sont mises en relation, voir figure 79.

Cet outil se compose d'une analyse qualitative (Etape 0) et d'une analyse plus quantitative (étapes 1-4) ; vous pouvez, en fonction de vos besoins, choisir un de ces outils ou les utiliser tous les deux.

Figure 80: Relation entre le développement de la chaîne de valeur et les définitions relatives à l'égalité entre les genres (source: KIT, Agri-ProFocus & IIRR, 2012)

Relation entre le développement de la chaîne de valeur et les définitions relatives à l'égalité entre les genres

Nous basons nos définitions sur le cadre présenté dans la publication «Faire changer les chaînes: équité entre les genres dans le développement de la chaîne de valeur agricole», de KIT, Agri-ProFocus et IIRR 2012, pp 41-45. Les concepts de «capacité d'agir» et de «structure» viennent s'ajouter aux concepts d'«activités et gouvernance de la chaîne de valeur» afin de mieux comprendre quelles peuvent être les contraintes et les opportunités se présentant aux femmes au niveau de leur liberté de mouvements au sein d'une chaîne de valeur spécifique.

Amélioration verticale de la chaîne de valeur

1. Les activités de la chaîne de valeur: concerne le fait que la fermière fasse ce pour quoi elle est la meilleure et soit reconnue en tant qu'acteur de la chaîne à part entière (évoluant au sein du quadrant «acteur de la chaîne» de la figure de droite). Il s'agit aussi d'un fermier entreprenant des activités situées plus en amont de la chaîne et du choix par des femmes d'effectuer ces activités elles-mêmes sachant qu'elles ont d'autres responsabilités (par ex. reproductives, ménagères); déplacement vers le quadrant «intégrateur d'activités» de la figure de droite.

Les femmes acquièrent les compétences requises pour une participation complète à la chaîne de valeur: elles sont capables de le faire et ont confiance en elles. Pour ce faire, il leur faut de la «capacité d'agir».

2. La capacité d'agir: ce terme fait référence à la capacité d'un agent (un individu ou autre entité) à agir indépendamment, d'opérer ses propres choix en toute liberté. Au sein d'une chaîne de valeur, le terme de capacité d'agir fait référence aux capacités d'une femme, lui permettant de choisir d'effectuer davantage d'activités au sein de la chaîne et d'assumer davantage de rôles dirigeants et de prise de décision.

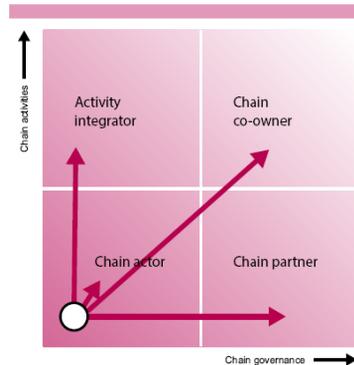
Amélioration horizontale de la chaîne de valeur

3. La gouvernance de la chaîne de valeur: Nous utilisons la gouvernance de la chaîne de valeur au niveau des normes, des organisations de producteurs et de la prise de décision au sein de celle-ci. L'amélioration de la chaîne de valeur passe par le développement de partenariats dans la chaîne. Les fermiers développent des alliances à long terme avec des acheteurs, centrées sur les intérêts partagés et la croissance mutuelle. Ceci signifie un déplacement horizontal au sein du quadrant «partenaire de la chaîne» de la figure ci-contre.

Une chaîne de valeur en soi fait partie du contexte institutionnel et constitue donc une des *structures* déterminant les possibilités ouvertes aux hommes et aux femmes. Nous utilisons le terme de «structure» pour le contexte institutionnel plus large car il affecte l'égalité entre les genres.

4. La structure: fait référence aux institutions qui limitent ou créent des opportunités ouvertes aux individus. Les institutions peuvent être formelles ou informelles. Les institutions informelles incluent la classe sociale, les valeurs, la religion, les coutumes et les façons de faire les choses (habitudes); alors que les institutions formelles font référence aux lois et aux règlements. En outre, les structures peuvent faire référence à des niveaux différents (local, national, régional, international) et à différents domaines (économique, politique, social et culturel).

Le livre «Faire changer les chaînes: équité entre les genres dans le développement de la chaîne de valeur agricole» analyse de nombreuses études de cas concernant l'égalité entre les genres dans le développement de chaînes de valeur selon le cadre présenté dans le livre, incluant les définitions reprises ci-dessus.



ETAPE 0 Analyse des 4 concepts de façon qualitative

Une analyse qualitative des effets d'une intervention peut être réalisée en observant les changements apparus dans le domaine de la capacité d'agir, de la structure, des activités de la chaîne et de la gouvernance de la chaîne, à partir de la figure 80 reprise ci-dessous. Dans l'exemple du marché du bétail, les effets d'une intervention sont analysés en relation avec les quatre concepts.

Figure 80: Analyser les activités, la gouvernance, la capacité d'agir et la structure au sein d'une chaîne de valeur (source: Fedisch, 2013)

Activités de la chaîne de valeur	Capacité d'agir
Gouvernance de la chaîne de valeur	Structure

Exemple: Un marché au bétail qui autonomise les femmes au Nord du Kenya

(Source: KIT, Agri-ProFocus et IIRR. 2012, p. 69-72)

Les femmes des communautés pastorales de Samburu s'occupaient déjà du bétail mais leur contribution à la chaîne du bétail n'était pas reconnue. Les choses commencèrent à changer lorsque SIDEP forma des groupes de femmes et développa leurs compétences (**capacité d'agir**). Les femmes acquièrent la confiance en elles nécessaire à obtenir des prêts et devinrent visibles au sein de la chaîne. Toutefois, sans accès à un marché, il ne fallait pas s'attendre à un changement majeur. Puisque les femmes n'étaient pas autorisées à voyager, le marché vint à elles. Ceci leur permit de commencer à faire du commerce (**activités**). Elles commencèrent à être impliquées dans la prise de décision à différents niveaux (**gouvernance**); la communauté décida de mettre sur pied une association gérant le marché au sein duquel la plupart des acheteurs et des vendeurs sont des femmes.

Finalement, les hommes ont commencé à apprécier la contribution des femmes au revenu familial et ont accepté de reprendre certaines tâches traditionnellement féminines (**structure**). Le marché attira d'autres acheteurs et services. La qualité des animaux s'est améliorée et le prix du bétail a augmenté.

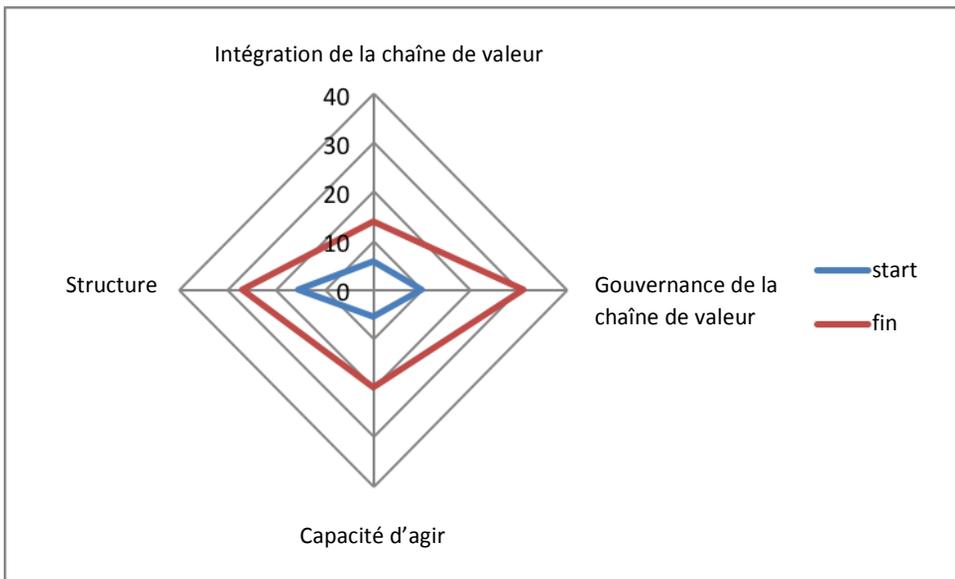
La capacité d'agir fut considérée comme ayant connu le plus petit changement: la mobilité des femmes ne s'est pas améliorée étant donné que ce sont les marchés qui se sont rapprochés d'elles, leur évitant la nécessité de voyager jusque là-bas. Il se peut que les hommes réalisent graduellement les bénéfices apportés par les femmes à leurs familles et à la communauté et leur permettent de voyager. Ces changements plus structurels prennent souvent du temps.

Figure 81: Présentation schématique des résultats de l'intervention sur la chaîne de valeur

Activités de la chaîne de valeur	Capacité d'agir
<ul style="list-style-type: none"> Femmes visibles en tant qu'acteurs de la chaîne Femmes faisant le commerce du bétail Qualité et prix du bétail plus élevés 	<ul style="list-style-type: none"> Alphabétisme Formation financière Formation à la dynamique des groupes Développement de la confiance en soi Accès à la finance
Gouvernance de la chaîne de valeur	Structure
<ul style="list-style-type: none"> Pouvoir de décision dans les marchés 	<ul style="list-style-type: none"> Les hommes apprécient les contributions économiques des femmes Pouvoir de décision au niveau du ménage, du marché et gouvernement local Changement des attitudes envers les femmes Responsabilités partagées au niveau du ménage

Pour l'analyse plus quantitative, deux périodes différentes sont comparées (par ex. la situation présente et la situation en début de projet). Les deux situations reçoivent une note pour chaque aspect résultant en un diamant permettant de visualiser les différences entre les scores dans les quatre domaines. Les scores sont repris sur une fiche Excel (fournie) contenant des sous-questions pour chaque aspect. Les scores moyens par aspect donnent un diamant à deux axes: un axe pour la chaîne de valeur et un axe pour l'égalité entre les genres. La Figure 82 donne un exemple de ce diamant. Pour les scores, voir Annexe 1.

Figure 82: Diamant de l'égalité entre les genres et de l'autonomisation de la chaîne de valeur (source: ICCO, 2010)



Etape 1 Donner une note pour les quatre aspects

Demandez aux praticiens de coter les progrès effectués pour les quatre aspects à deux moments différents (ou plus), par ex. le début du projet et la situation actuelle; ceci sera réalisé de préférence sur la base d'une discussion de groupe. A cette fin, quatre indicateurs sont formulés pour chaque aspect (voir Annexe 1).

Etape 2 Introduction des scores dans la fiche Excel

Les scores sont introduits dans une fiche Excel (voir téléchargements au sujet de l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur). Les axes des diamants formeront automatiquement un diamant.

Etape 3 Discussion des résultats

Organisez une session avec l'équipe de projet afin de discuter des diamants.

Questions de réflexion sur les résultats de l'exercice:

Penchez-vous sur les scores pour les quatre aspects: intégration de la Chaîne de valeur, gouvernance de la chaîne de valeur, capacité d'agir et structure.

- Pourquoi pensez-vous qu'ils sont élevés ou bas, quel indicateur a le plus influencé le score, comment cela se fait-il?
- Discutez des différences entre les scores.
- Quelle stratégie votre projet doit-il développer afin de contribuer à l'égalité entre les genres?

Remerciements

ICCO, KIT, IIRR (2010), cet outil a été créé par ICCO, sur la base du cadre conceptuel développé au cours de l'atelier d'écriture sur l'égalité entre les genres et les chaînes de valeur, qui a eu lieu à Nairobi en novembre 2010. Le processus de l'atelier d'écriture a été guidé par l'Institut Royal des Tropiques (KIT) et la branche kenyane de l'Institut International de Reconstruction Rurale (IIRR), et est financé par plusieurs ONG néerlandaises. L'atelier d'écriture a mené à la publication:

KIT, Agri-ProFocus et IIRR (2012) 'Faire changer les chaînes: équité entre les genres dans le développement de la chaîne de valeur agricole'. Publications KIT, Institut Royal des Tropiques, Amsterdam.

Fedisch, N. (2013) 'Identifying success factors of gender-inclusive interventions to support value chain development in the East African coffee sector'. Bachelor Thesis. Van Hall Larenstein and Fair and Sustainable Advisory Services, June 2013.

Annexe 1 Outil 5.1b Femmes dans la chaîne de valeur du soja en Ethiopie

Indicateurs pour le développement de la chaîne de valeur et l'autonomisation des genres	Scores moyens par 3 membres du personnel d'ONG	
	Début	Présent
Activités de la chaîne de valeur		
1. Les femmes sont reconnues en tant qu'acteurs de la chaîne (par ex. fermière, productrice, ou commerçante)	1.5	6
2. Les femmes accroissent leur production (agricole) en termes, par ex., de qualité, volume, coûts, rentabilité et/ou productivité.	2	7.5
3. Les femmes ajoutent de la valeur à leurs produits grâce à des activités de triage et de calibrage, l'emballage, la transformation, le commerce et l'utilisation d'une marque.	2	8
4. De nouvelles activités ou des activités améliorées au sein des chaînes de valeur ont mené à l'augmentation des revenus des femmes.	2	8.5
Gouvernance de la chaîne de valeur		
1. Femmes impliquées dans des organisations de producteurs en tant que membres	0.5	8
2. Femmes impliquées dans la gestion d'organisations de production	1.5	6.5
3. Femmes impliquées dans la gestion d'informations et d'innovations au sein de la chaîne	1.5	5.5
4. Femmes impliquées dans le développement du réseau de la chaîne (liens horizontaux (par ex. la formation de coopératives) et liens verticaux (par ex. la définition des relations avec les autres niveaux de la chaîne de valeur)	2	6.5
•		
Capacité d'agir		
1. Développement des compétences des femmes relatives à la chaîne de valeur au niveau, par ex., de la production agricole, de la transformation, de l'alphabétisation/des notions de calcul etc.	1.5	8
2. Développement des compétences organisationnelles des femmes, par ex., les compétences en négociation, les compétences en leadership.	2.5	7
3. Connaissances des femmes liées à la chaîne de valeur, par ex., connaissances techniques, informations liées au marché et au réseau.	2.5	7
4. Capacité à opérer des choix, auto-détermination et confiance en soi.	3.5	9
Structure		

1. Droit à la parole égal entre hommes et femmes au sein du ménage concernant l'accès aux ressources et le contrôle de celles-ci.	3	6.5
2. Droit à la parole égal entre hommes et femmes au sein du ménage concernant les décisions relatives à la consommation (si d'application, concernant la dépense du revenu propre).	3	7.5
3. Les normes et valeurs au niveau de la communauté favorisent les femmes en tant qu'acteurs économiques sur un pied d'égalité avec les hommes.	4	5.5
4. Les lois formelles, les règles et règlements sont favorables à l'égalité entre les genres dans le développement de CV.	5.5	7.5

Outil 5.1c Comparaison des cinq dimensions de l'autonomisation des hommes et des femmes

Basé sur l'indice d'autonomisation des femmes dans l'agriculture de l'Initiative Alimentaire pour l'Avenir

Pourquoi utiliser cet outil?

Cet outil a été créé dans le but de suivre l'évolution des changements dans les niveaux d'autonomisation des femmes, apparaissant comme résultats directs ou indirects d'une intervention de DCV.

- Il est utilisé pour le suivi de la performance et l'évaluation de l'impact.
- Il se focalise sur les niveaux individuels, du ménage et de la communauté.
- Il peut être utile pour le suivi et la comparaison de l'autonomisation des femmes et/ou des hommes.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

Cet outil montre l'autonomisation des femmes dans cinq domaines différents comparativement à l'autonomisation des hommes. S'il est utilisé avant et après une intervention, il est possible de mesurer les changements au niveau de l'autonomisation des hommes et des femmes.

Qui applique cet outil et pour qui?

Cet outil est utile aux responsables politiques, professionnels du développement et universitaires cherchant à comparer l'autonomisation des femmes et des hommes.

Comment cela fonctionne-t-il?

L'indice d'autonomisation des femmes dans l'agriculture (IAFA) original a été développé par le programme Initiative alimentaire pour l'avenir. Il s'agit d'un indice agrégatif mesurant les cinq domaines de l'autonomisation des hommes et des femmes au sein de la communauté et du ménage. Parce que celui-ci compare les hommes et les femmes, le résultat constitue une indication du degré de parité entre les genres au sein du ménage. L'IAFA se base sur une collecte et une analyse de données sophistiquée et quantitative.

L'outil présenté ici adopte une méthode plus qualitative, développée librement sur la base de la logique de l'IAFA. Il mesure le degré d'autonomisation des hommes et des femmes au sein des cinq domaines. Dans cet outil, nous proposons des exemples d'indicateurs permettant de décider du score final pour chaque domaine.

Cet outil sert d'appareil de mesure qualitative destiné à faciliter les discussions au sujet des différents aspects de l'autonomisation des femmes, si possible avant et après une intervention.

Les cinq domaines au sein desquels est mesurée l'autonomisation des femmes sont la production agricole, les ressources, le revenu, le leadership et le temps.

Etape 0 Préparation

Les évaluateurs/participants doivent être bien informés au sujet de l'autonomisation des hommes et des femmes au sein des cinq dimensions dans le contexte de leur travail. Si ce n'est pas le cas, les données doivent être récoltées à l'avance. Les scores doivent être bien fondés. La liste de l'étape 2 peut être utilisée pour la collecte de données; vous utiliserez la méthodologie de votre choix (par ex. interviews individuelles, interviews de groupes de réflexion, études documentaires, ateliers de travail).

Etape 1 Les cinq dimensions

L'établissement des scores sera effectué de préférence par plusieurs groupes de personnes, ensuite discuté en séance plénière afin de parvenir à un consensus pour chaque score.

Assurez-vous que chaque groupe soit d'accord sur les définitions des cinq dimensions:

- La production agricole: décisions individuelles ou conjointes concernant l'exploitation de cultures alimentaires ou commerciales, le bétail, les pêches ainsi que l'autonomie dans la production agricole.
- Les ressources: propriété, accès à la prise de décision et pouvoir de décision concernant les ressources productives telles que les terres, le bétail, l'équipement agricole, les biens de consommation durables et le crédit.
- Le revenu: contrôle individuel ou conjoint du revenu et des dépenses.
- Le leadership: affiliation à des groupes économiques ou sociaux et aisance à s'exprimer en public.
- Temps: allocation de temps aux tâches productives et domestiques et satisfaction au niveau du temps disponible pour les activités de loisir.

L'IAFA de l'Initiative alimentaire pour l'avenir applique les critères d'établissement de scores et son jaugeage comme décrit dans le tableau ci-dessous. Cet outil établira des scores pour les mêmes sous-groupes, par domaine.

Figure 83: Les cinq dimensions de l'autonomisation (source: USAID, IFPRI, OPHI 2013)

Domaine	Indicateur	pois
Production		
	Influence au niveau des décisions productives	0.1
	Autonomie au niveau de la production	0.1
Ressources		
	Possession de biens	0.07
	Achat, vente, ou transfert de biens	0.07
	Accès et décisions concernant le crédit	0.07
Revenu		
	Contrôle de l'utilisation du revenu	0.2
Leadership		
	Affiliation à un groupe	0.1
	Expression en public	0.1
Temps		
	Charge de travail	0.1
	Loisirs	0.1

Etape 2 Etablissement des scores pour les cinq dimensions

Le tableau comprenant des exemples d'indicateurs de la figure 84 peut être utilisé (si besoin, une version adaptée à votre contexte) afin de parvenir à un score d'autonomisation des femmes et des hommes dans les cinq domaines.

Utilisez des scores entre 0 – 5 pour estimer le degré d'autonomisation des hommes et des femmes; plus élevé sera le chiffre, plus grande sera l'autonomisation.

Figure 84: Questions d'orientation permettant de réunir des informations concernant les sous-indicateurs des 5 domaines de l'autonomisation (source: Senders et Terrillon, 2012)

1.	Production	Hommes	Femmes
<ul style="list-style-type: none"> Influence au niveau des décisions productives 			
<p>Dans quelle mesure les décisions sont-elles prises en relation avec les questions suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Quelle variété planter? Quelle culture exploiter? Quelle superficie y consacrer? Proportion des cultures alimentaires versus cultures commerciales Adoption de nouvelles technologies/pratiques Distribution des tâches/du travail Achat d'intrants/équipement Application d'engrais chimiques/de fertilisants 			
<p>Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Influence au niveau des décisions productives»</p>			
<p>Commentaires:</p>			
<ul style="list-style-type: none"> Autonomie au niveau de la production 			
<p>Dans quelle mesure y a-t-il décision concernant:</p> <ul style="list-style-type: none"> Où vendre A qui vendre A quel prix vendre 			
<p>Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Autonomie au niveau de la production»</p>			
<p>Commentaires:</p>			

2.	Ressources	Hommes	Femmes
<ul style="list-style-type: none"> • Possession de biens 			
<p>Dans quelle mesure y a-t-il possession des biens suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les terres • L'équipement agricole • Le bétail, les chèvres, les moutons, • Les cochons, la volaille • Moyens de transport: bicyclette, moto, voiture 			
<p>Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Possession de biens»</p>			
<p>Commentaires:</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Achat, vente ou transfert de biens 			
<ul style="list-style-type: none"> • Dans quelle mesure y a-t-il pouvoir de décision concernant la vente ou le transfert des biens mentionnés ci-dessus? • Dans quelle mesure y a-t-il pouvoir de décision concernant l'achat de nouveaux biens? 			
<p>Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Achat, vente ou transfert des biens»</p>			
<p>Commentaires:</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Accès aux services 			
<p>Dans quelle mesure y a-t-il accès aux services financiers:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coopératives d'épargne et de crédit (SACCO) • Prêts de groupe • Banques • IMF <p>Dans quelle mesure y a-t-il accès aux services de développement d'entreprise (SDE), tels:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les services d'encadrement • Les champs-écoles • Les parcelles témoin • Les formations (conservation des documents, planification de l'entreprise, leadership, etc.) 			
<p>Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Accès aux service»</p>			
<p>Commentaires:</p>			

3. Revenu	Hommes	Femmes
<ul style="list-style-type: none"> Contrôle de l'utilisation du revenu 		
<p>Dans quelle mesure y a-t-il prise de décision concernant les dépenses relatives à/aux:</p> <ul style="list-style-type: none"> La nourriture L'éducation/frais de scolarité des enfants L'amélioration du lieu de résidence Soins de santé Vêtements Ustensiles ménagers Energie (combustible, électricité, autres) Eau Loisirs 		
Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Contrôle de l'utilisation du revenu»		
Commentaires:		

4. Leadership	Hommes	Femmes
<ul style="list-style-type: none"> Affiliation à un groupe 		
<ul style="list-style-type: none"> La proportion de l'implication dans des organisations, coopératives, comités agricoles La proportion de l'affiliation au sein des organisations mentionnées ci-dessus La proportion de postes de dirigeant(e)s parmi les organisations mentionnées ci-dessus La proportion de l'implication au sein de plateformes multi-acteurs La proportion de l'implication dans des réunions au niveau du comté, du district 		
Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Affiliation à un groupe»		
Commentaires:		
<ul style="list-style-type: none"> Expression en public 		
<ul style="list-style-type: none"> La proportion de participation active au sein de groupes socio-économiques L'aisance d'expression en public La capacité d'exprimer une opinion 		
Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Expression en public»		
Commentaires:		

5. Temps	Hommes	Femmes
<ul style="list-style-type: none"> Charge de travail 		
<p>L'établissement du score de la charge de travail doit prendre en compte trois sortes d'activités pouvant être menées</p> <ul style="list-style-type: none"> La proportion de la participation dans les activités de production agricole suivantes: Le défrichage – la mise en culture – la récolte – le transport de la marchandise des champs à la maison – la transformation – le stockage – le travail de la terre – le désherbage – la commercialisation des cultures La proportion de la participation dans les activités de reproduction suivantes: Aller chercher de l'eau – s'occuper des plus jeunes – ramasser du bois de combustion – cuisiner – s'occuper du ménage – balayer la cour – faire la vaisselle – faire la lessive – donner le bain aux enfants – préparer les lits La proportion de la participation dans les activités communautaires suivantes: Construction d'écoles et de centres de soins de santé – participation aux ateliers de travail et séminaires – nettoyage des puits – entretien des routes – participation aux réunions communautaires 		
Sur la base des questions ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Charge de travail»		
Commentaires:		
<ul style="list-style-type: none"> Loisirs 		
<ul style="list-style-type: none"> Dans quelle mesure y a-t-il du temps disponible pour les activités de loisir? 		
Sur la base de la question ci-dessus, donnez un score de 0-5 pour la section «Loisirs»		
Commentaires:		

Etape 3 Présentation schématique des résultats relatifs à l'autonomisation des hommes et des femmes

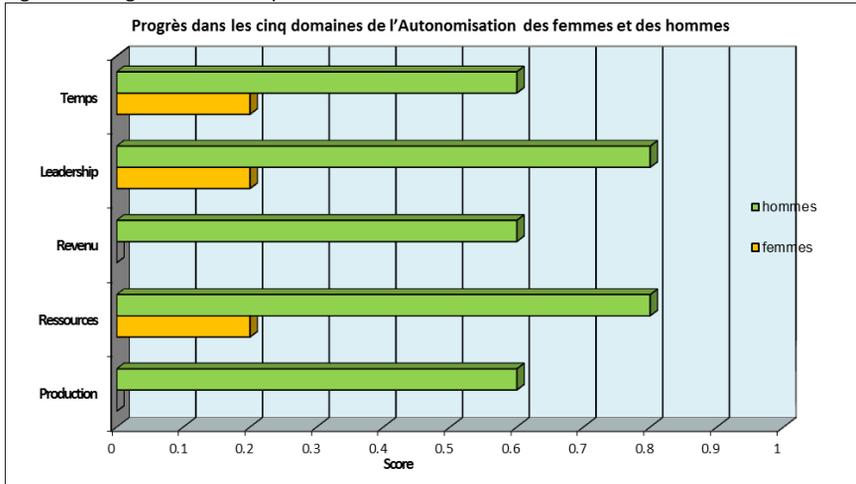
Chaque groupe prend note des scores accordés à chaque sous-secteur des domaines sur une fiche séparée du document Excel fourni.

Le programme calculera les scores par domaine et reflètera l'autonomisation des femmes comparativement à celle des hommes comme montré dans l'exemple de la Figure 85.

Sur la première page sont calculés les scores moyens de tous les groupes, par dimension.

Il est important que le nombre de groupes/nombre de fiches remplies soient complété(s) sur cette première page.

Figure 85: Progrès dans les cinq domaines de l'Autonomisation des femmes et des hommes



Etape 4 Discussion des résultats et actions de suivi

Discutez de la présentation générée par la fiche Excel; celle-ci vous donne la possibilité de débattre de toutes les dimensions de l'autonomisation des femmes et des hommes. Penchez-vous sur les différences importantes entre les groupes et discutez-en.

Vous pouvez vous servir des résultats pour ajuster et développer des interventions.

Si vous le souhaitez, l'exercice peut être effectué à deux moments différents afin d'observer les différences apparaissant dans les domaines d'autonomisation avant et après une intervention.

Remerciements

IFPRI (the International Food Policy Research Institute), OPHI (the Oxford Poverty and Human Development Initiative) and USAID, 2012, the Women's Empowerment in Agriculture Index (WEAI), under the Feed the Future, the US government's global hunger and food security initiative. 2012

IAFA (année inconnue) Outil inspiré d'une approche développée par l'IAFA visant à suivre l'évolution des changements dans les niveaux d'autonomisation des femmes, apparaissant comme résultats directs ou indirects de l'Initiative alimentaire pour l'avenir, le programme pour la Faim dans le monde et la sécurité alimentaire du gouvernement américain.

Les partenaires de l'indice sont l'Initiative alimentaire pour l'avenir, USAID, l'Institut international de recherche sur les politiques alimentaires (IFPRI) et l'Initiative de l'Université d'Oxford en matière de Pauvreté et de développement humain (OPHI). Ajusté par Angelica Senders, Jacqueline Terrillon et Anna Lentink.

Outil 5.1d Documentation et apprentissage sur la base d'expériences: comment effectuer une étude de cas

De Terrillon

Pourquoi utiliser cet outil?

De nombreuses organisations développent des approches et des stratégies visant à améliorer l'intégration de l'égalité entre les genres dans la facilitation de chaînes de valeur. Ce faisant, ces organisations obtiennent des résultats intéressants en termes d'équité et d'amélioration des relations entre les genres, au niveau du ménage – en termes d'autonomisation des femmes – et d'entrepreneuriat – en vue de meilleures conditions de vie et de performance de la chaîne de valeur.

Assurer un suivi des changements dans les comportements, les attitudes, les perceptions et les mentalités peut relever du défi. Les études de cas peuvent constituer un moyen utile de glaner, rassembler et partager des informations pertinentes. Lorsqu'elles sont bien réalisées, les études de cas peuvent stimuler l'apprentissage, la réflexion critique, la conceptualisation et l'expérimentation. La performance même d'une organisation peut s'améliorer par le développement d'études de cas et si elles sont partagées, c'est aussi la performance d'autres organisations qui peut s'en trouver améliorée. Les études de cas peuvent stimuler l'inspiration et servir d'outils d'apprentissage.

Que vous rapporte l'utilisation de cet outil?

- Développer une mémoire institutionnelle afin d'éviter de «réinventer la roue», assurant ainsi efficacité et rentabilité.
- Améliorer la performance de l'organisation, le rayonnement et l'impact en identifiant et en documentant les approches, les pratiques et les outils innovateurs et efficaces et en les utilisant au cours d'interventions futures.
- Diffuser et partager les expériences avec les organisations partageant les mêmes idées, afin de stimuler l'acceptation et l'adoption des innovations, stratégies et pratiques à des fins de reproduction à plus grande échelle .

Qui applique cet outil et pour qui?

Les professionnels (organisations de développement, compagnies, gouvernements) intéressés par les leçons tirées de la réalisation d'une intervention.

Comment cela fonctionne-t-il?

ETAPE 0 Préparation

Choix de l'étude de cas

Les réponses aux questions reprises ci-dessous peuvent aider au choix d'une étude de cas appropriée:

- Avez-vous le sentiment d'avoir développé des approches et expériences intéressantes qui valent la peine d'être partagées?
- Cette histoire représente-t-elle un cas unique et innovateur parmi les autres interventions, en matière d'égalité entre les genres et de DCV?
- Cette histoire/approche peut-elle être utilisée pour aider à mieux faire connaître et comprendre les questions/défis par les autres intervenants du secteur agricole?
- Cette approche peut-elle être reproduite, optimisée?

Figure 86: Principes de base de la communication (source: Macaux)

Principes de base de la communication

Tête: Que voulez-vous que le public sache? (faits, données, etc.)

Cœur: Que voulez-vous qu'ils ressentent? Comment votre histoire changera-t-elle ce qu'ils ressentent à propos de ce sujet? Comment les «touchera»- t-elle?

Mains: Que voudront-ils faire après avoir lu l'histoire? Comment inspirera-t-elle leurs actions?

En outre, il est important de développer des histoires qui parleront de changements concrets, prenant place dans les vies des populations cibles. Le recours à des témoignages peut vous aider à formuler une histoire.

Rassembler l'information

Afin de réaliser votre étude de cas, vous avez besoin de données ventilées par sexe et il est recommandé de récolter celles-ci à chaque étape de votre intervention:

- Analyse de contexte: comment le problème affecte-t-il différemment les femmes et les hommes/les garçons et les filles?
- Réalisation: qui participe aux différentes activités (formation, encadrement, etc.) et dans quelles proportions?
- Résultats: quels changements (quantitatifs et qualitatifs) apparaissent dans les vies des groupes cibles (hommes et femmes, garçons et filles)?

Description de cas:

ETAPE 1 Introduction

Justifiez l'intérêt de documenter cette intervention:

- Pourquoi avez-vous choisi cette histoire pour votre étude de cas (voir étape 0)?

ETAPE 2 Description du contexte

Définissez le contexte ainsi que l'intérêt de l'intervention: quel est le problème?

- Quels sont les symptômes/indicateurs du problème?
- Quelles sont les conséquences?
- Quelles sont les causes du problème?
- Quelles sont les populations cibles, ventilées par sexe? Combien?
- Quelles sont les contraintes liées au genre/les inégalités entre les genres auxquelles vous faites face?
- Quels sont les objectifs en matière d'égalité entre les genres et d'autonomisation des femmes que vous désirez atteindre?

ETAPE 3 Description des stratégies/interventions

Décrivez le processus: Comment a-t-il été mené? Qu'est-ce qui a été réalisé?

- Quels sont les acteurs/institutions clés et quel est leur rôle? Quelles sont les opportunités à saisir?
- Comment peuvent-ils contribuer à résoudre le problème?
- Qu'avez-vous fait pour résoudre le problème et sur la base de quels objectifs d'égalité entre les genres?

- Quelles sont les principales activités qui ont été menées, dans l'ordre chronologique? Par qui?

ETAPE 4 Description des résultats/des réalisations

Décrivez les résultats/les réalisations découlant de vos interventions et analysez le changement

- Quelle était la situation **avant** votre intervention? Quel était le problème particulier? Pouvez-vous donner des exemples concrets des situations **précédant** l'intervention, et **actuelles**?
- Qu'était-il censé se produire et que s'est-il produit? Pourquoi?
- Qu'est-ce qui a changé des suites de votre intervention (y compris les attitudes, les comportements, les habitudes, les perceptions)?
- Quelles autres interventions/développements (par ex. un nouveau règlement) pourraient avoir contribué à ce changement ou avoir eu un impact négatif sur celui-ci?

ETAPE 5 Tirer les leçons de ce qui a été appris

Quels sont les apprentissages que vous désirez retenir et partager suite à cette intervention?

- Qu'est-ce qui a bien fonctionné? Quels sont les accomplissements dont vous êtes fiers? Quels furent les **facteurs** clés de **réussite**?
- Quels ont été les défis? Comment les avez-vous surmontés?
- Qu'avez-vous appris?
- Quelles sont vos recommandations pour les interventions futures? Que reproduiriez-vous et que feriez-vous différemment?

Documents supplémentaires à consulter

Davies, Rick et Dart, Jess (2005), «La technique du changement le plus significatif (CPS)», avril 2005, disponible sur: <http://www.mande.co.uk/docs/MSCGuide.pdf>

Remerciements:

Terrillon, J. (2013) Outil développé au cours de la trajectoire de formation d'Agri-ProFocus sur le genre, en Ouganda. Basé sur la technique du changement le plus significatif:

Davies, Rick and Dart, Jess (2005), 'The Most Significant Change (MSC) Technique', April 2005.

Macaux, W.P., Using the Head Heart Hands Model. The Clinical Practice of Leading Change. Genertivity LLC.

Principales ressources

ABi Trust Uganda (2010-2013) 'Approche intégrée du ménage visant à promouvoir l'intégration de l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur ayant pour objectif un accroissement du revenu des femmes et de leur autonomisation économique.' Kyarimpa, P. (Responsable de financement du genre pour la croissance, aBi Trust Ouganda).

Banque Moniale (2012) 'Egalité des genres et développement'
Disponible sur le World Wide Web.

CARE International Rwanda, 2011, 'Financial Education for VSLAs, guide for field officers as trainers.' Based on the work of Microfinance Opportunities and the Global Financial Education Program. Reprinted from Microfinance Opportunities and CARE International, Financial Education for VSLAs. Copyright © Microfinance Opportunities & CARE International 2010.

DFID, GIZ, 2013, M. Napier, C. Melamed, G. Taylor and T. Jaeggi, 'Promoting Women's financial inclusion: A toolkit.' TopKopie GmbH, Frankfurt am Main. February 2013.

FAO (2010–2011) 'Les femmes – clé de la sécurité alimentaire'
Disponible sur le World Wide Web.

IFC & GRI, 2009, 'Embedding Gender in Sustainability Reporting, A Practitioner's Guide Executive Summary.' IFC in partnership with the governments of Germany, Iceland, and Switzerland.

ILO, 2004, Susanne Bauer, Gerry Finnegan and Nelien Haspels. 'Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise: Training Package and Resource Kit', Bangkok, Berlin and Geneva.

ILO, 2008, Linda Mayoux & Grania Mackie, 'Making the strongest links. A practical guide to mainstreaming gender analysis in value chain development'

IFPRI, 2011, R. Meinzen-Dick, N. Johnson, A. Qisumbing, J. Njuki, J. Behrman, D. Rubin, A. Peterman, and E. Waitanji. 'Gender, Assets, and Agricultural Development Programs: A Conceptual Framework'. Working Paper No. 99. CAPRI. International Food Policy Research Institute (IFPRI): Washington, DC.

IFPRI (the International Food Policy Research Institute), OPHI (the Oxford Poverty and Human Development Initiative) and USAID, 2012, the Women's Empowerment in Agriculture Index (WEAI), under the Feed the Future, the US government's global hunger and food security initiative. 2012

KIT, Agri-ProFocus, et IIRR, 2012 'Faire changer les chaînes. L'équité des genres dans le développement de chaînes de valeur agricoles' KIT Publishers, Royal Tropical Institute, Amsterdam.

KIT, Faida MaLi and IIRR, 2006, 'Chain empowerment: Supporting African farmers to develop markets'.

Laven, A. and N. Verhart, KIT (2011) 'Addressing gender equality in agricultural value chains: Sharing work in progress.'

Oxfam Novib, WEMAN, 2010, Linda Mayoux, 'Tree of diamond dreams. Visioning and committing to action on gender justice.' Manual for field-testing and local adaptation, GALS stage 1

Oxfam Novib, WEMAN, 2010, Linda Mayoux, 'Steering life's rocky road. Gender action learning for individuals and communities.' Manual for field-testing and piloting, GALS stage 2

Oxfam, year unknown, 'Training toolkit for Poor Women Economic Leadership Processes'. PWEL Toolkit. p. 14-19.

Oxfam International, 2012, Gender equality, it's your business. Briefings for Business.

UNIFEM, Rani Parker, 1993, 'Another Point of View: A Manual on Gender Analysis Training for Grassroots Workers. The Gender Analysis Matrix'

SDC, 2007, D. Roduner, 'Donor interventions in value chain development'. Working Paper. Community of Practice on Value chains in rural development. Berne, VCRD CoP, July 2007.

SDC, 2010, 'The market development (M4P) approach: a summary.' With support by Springfield Centre for Business in Development Ltd., United Kingdom. May 2010.

SNV, 2010, 'Gender Mainstreaming in Value Chain Development. Practical Guidelines and Tools.' Corporate Network Agriculture SNV. Prepared by Jacqueline Terrillon, edited by Sarah de Smet.

United Global Impact and UNIFEM, 2009, 'Women's Empowerment Principles. Equality Means Business.'

USAID, 2009, 'Promoting gender equitable opportunities in agricultural value chains: a handbook.' This publication was produced for review by the United States Agency for International Development. It was prepared for Development and Training Services, Inc. (dTS) by Deborah Rubin (Cultural Practice LLC) and Cristina Manfre and Kara Nichols Barrett (dTS).

World Bank report, 2012, 'Gender Equality and Development'

Gender in Value Chains – Agri-ProFocus Learning Network
gendersinvaluechains.ning.com
Sign Up Sign In Search Gender in Value Chains

Gender in Value Chains

Agri-ProFocus Learning Network

Main
Countries
Events
News
Forum
Resources
Projects
Toolkit
Professionals
About us
My Page
Help
Groups

Welcome!

This platform aims to increase the gender sensitivity of value chain oriented sustainable rural economic development programmes.

- Learn about our [Coaching track \(video\)](#)
- Go to our [Toolkit](#)
- Read our [Fact sheet](#)
- [Angelica Senders](#): Network facilitator

Events

[+ Add an Event](#)

Videos

[Gender unchained: A practical approach towards gender inclusive value chains](#)

Added by [Angelica Senders](#)

0 1

[How to become a gender in value chain coach?](#)

Added by [Angelica Senders](#)

0 4

[+ Add Videos](#) [View All](#)

Latest Activity

[Kazuki Kawasaki](#) and [Lin](#) joined Gender in Value Chains

13 hours ago

[Lin](#) liked [Angelica Senders's](#) video

[Gender unchained: A practical approach towards gender inclusive value chains](#)

22 hours ago

[Mamta Dhawan](#), [Juliana Griffin](#), [Kimberly Bowman](#) and 1 more joined Gender in Value Chains

Friday

[Roel Snelder](#) liked [Henriette Kolb's](#) blog post [Consulting vacancy: gender + business development with IFC](#)

Friday

[More...](#)

News

[Gender unchained: watch the video!](#)

Posted by [Angelica Senders](#) on February 20, 2014 at 11:30

0 Comments 1 Like

[New IFPRI Discussion Papers from Gender Agriculture and Assets Project \(GAAP\)](#)

Posted by [Angelica Senders](#) on February 18, 2014 at 12:00

0 Comments 0 Likes

[2nd version Gender in value chains toolkit available online and as booklet](#)

Posted by [Angelica Senders](#) on February 6, 2014 at 16:03

0 Comments 2 Likes

[+ Add News](#) [View All](#)

Forum

[Experience: To name is to own and benefit from it](#)

Started by [Vincent M. Akamandisa](#) in [Experience sharing](#) Sep 3, 2012.

0 Replies 0 Likes

The war cries for gender equity that benefits women and youth in agriculture value chains "To Name Is To Own and To Own is to Benefit From It""Nothing For/About Us Without Us"

*"Indigenize gender- No exotic engineering of gender issues by..."

[Continue](#)

[Experience: Women and the Camel milk in Northern Kenya: Food and income.](#)

Started by [Gladys Kabura Mwangi](#) in [Experience sharing](#). [Last reply](#) by [Gladys Kabura Mwangi](#) Aug 15, 2011.

1 Reply 2 Likes

Please share your views on the story below. I am interested to hear different perspectives regarding the potential that camel milk has on improving economic livelihoods for women, as well as food security, for them and their children ...

[Continue](#)

Tags: [kenya](#), [milk](#)

[Experience: Socio cultural impact of empowering women in the NWFPS VC](#)

Started by [TANGEM ELVIS PAUL NFOR](#) in [Experience sharing](#). [Last reply](#) by [TANGEM ELVIS PAUL NFOR](#) May 24, 2011.

4 Replies 0 Likes

Dear All , This may not be the usual discussion on this forum , but I think it is necessary to share this experience and get some other experiences and ideas. As my profile says, I am the Enterprise Support Manager for Tree Aid West Africa. My...

[Continue](#)

[Experience: Gender and value chain development in Ethiopia](#)

Started by [Andre Vording](#) in [Experience sharing](#). [Last reply](#) by [Roel Snelder](#) Sep 23, 2010.

8 Replies 0 Likes

As you all know gender and vcd is a challenge, even more so in Ethiopia, which performs worse on gender indicators than many other sub-saharan African countries. So in this respect some good news: the cluster business plan competition held by the APF...

[Continue](#)

Tags: [vcd](#), [and](#), [gender](#)

[+ Add a Discussion](#) [View All](#)

Groups

[Experience sharing](#)

3 members

0

[GVC Coaches](#)

3 members

[View All](#)

Links to online resources: recent additions

* Loading feed

Gender in agriculture feeds

* Loading feed

Useful websites

* Loading feed

Welcome to Gender in Value Chains

[Sign Up](#) or [Sign In](#)

Or sign in with:

Translate this page

[Selecteer een taal](#)

Gender in Value Chains Toolkit

E-mail updates

[Subscribe to News and Resources](#)

Our feeds

[Get our News and Resources Feeds](#)

Professionals

[View All](#)

Agri-ProFocus Network

Interested in other [Agri-ProFocus](#) online communities? Check out:

Agri-ProFocus Themes

- [Sustainable Food Production](#)
- [Access to Finance](#)
- [Organised Farmers](#)

Agri-ProFocus Agri-Hubs

- [Benin](#)
- [Burundi](#)
- [DR Congo](#)
- [Ethiopia](#)
- [Indonesia](#)
- [Kenya](#)
- [Mali](#)
- [Mozambique](#)
- [Niger](#)
- [Rwanda](#)
- [Tanzania](#)
- [Uganda](#)
- [Zambia](#)



ADRESSE DE VISITE: JANSBUITENSINGEL 7 | ARNHEM
 ADRESSE POSTALE: POSTBUS 108 | 6800 AC ARNHEM
 TÉLÉPHONE: 0031 26 760 03 92
 E-MAIL: INFO@AGRI-PROFOCUS.NL
 SITE INTERNET: WWW.AGRI-PROFOCUS.NL



@AGRIPROFOCUS



WWW.FACEBOOK.COM/AGRIPROFOCUS



WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/AGRI-PROFOCUS



Visitez nos plateformes en ligne:

apf-benin.ning.com
apf-burundi.ning.com
apf-ethiopia.ning.com
apf-indonesia.ning.com
apf-kenia.ning.com
apf-mali.ning.com
apf-mozambique.ning.com
apf-niger.ning.com
apf-rdcongo.ning.com
apf-rwanda.ning.com
apf-tanzania.ning.com
apf-uganda.ning.com
apf-zambia.ning.com
apf-down2earth.ning.com
apf-finance.ning.com
genderinvaluechains.ning.com
apf-producers.ning.com

Le genre dans les chaînes de valeur

Boîte à outils pour l'intégration de la dimension de genre dans le développement des chaînes de valeur agricoles



Les femmes jouent un rôle essentiel dans les chaînes de valeur agricoles. Cependant, leurs contributions restent souvent invisibles, ce qui peut entraîner l'inefficacité de la chaîne, tant au niveau des producteurs, que des autres acteurs et supporteurs engagés. Par conséquent, cette situation entrave les opportunités commerciales, engendrant des profits moins élevés et/ou distribués de manière inégale. En outre, les inégalités existant au niveau des genres seront perpétuées.

Cette boîte à outils a pour objectif de motiver les professionnels du développement et de leur venir en aide en intégrant une perspective d'égalité entre les genres au sein du développement des chaînes de valeur agricoles, en proposant des outils pratiques pour tous les stades d'intervention sur la chaîne de valeur. Il s'agit de la seconde version, ajustée, d'un document préalable intitulé 'boîte à outils pour l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur' publié par Agri-ProFocus en septembre 2012. Cette boîte à outils pratiques que vous tenez en ce moment entre vos mains est étroitement liée à une autre publication résultant d'une collaboration au sein du 'Réseau du genre dans les chaînes de valeur' d'Agri-ProFocus. Il s'agit de l'ouvrage «Faire changer les chaînes: l'équité des genres dans le développement des chaînes de valeur agricoles» (KIT/ Agri-ProFocus/ IIRR, 2012). «Faire changer les chaînes» a été produit par l'Institut Royal des Tropiques (KIT) et sponsorisé par ICCO, Hivos,

Cordaid et Oxfam Novib.

Vous trouverez dans ce livret trois types d'outils:

1. Les outils appuyant la récolte de données
2. Les outils guidant la facilitation d'ateliers participatifs
3. Les outils décrivant une approche, une façon de travailler, combinant une variété d'interventions.

Les outils ont été sélectionnés dans des manuels existants. Ceci inclut des documents provenant de USAID, GIZ, ILO, Oxfam, SNV, CARE ainsi que d'autres organisations liées au 'Réseau du Genre dans les Chaînes de valeur' d'Agri-ProFocus.

Créez votre propre processus d'intégration de la question du genre!

Cette boîte à outils ne constitue pas un plan directeur. L'objectif de celle-ci est plutôt de vous proposer une gamme d'outils parmi lesquels choisir et que vous pourrez ensuite adapter à votre intervention. Nous sommes de fervents adeptes du concept des « connaissances ouvertes ». Afin de faciliter cette personnalisation des outils, nous ne les avons pas seulement rendus « disponibles » et « accessibles », mais également « ajustables ». Nous les avons mis à votre disposition sous la forme de documents Word et Excel pouvant être téléchargés depuis la plateforme en ligne d'Agri-ProFocus disponible à l'adresse suivante : <http://genderinvaluechains.com>.

Cette boîte à outils a été développée par Angelica Senders de Fair & Sustainable Advisory Services, Anna Lentink de Triodos Facet, Mieke Vanderschaeghe, consultante indépendante, et Jacqueline Terrillon, Coach dans le cadre des trajectoires de coaching sur l'égalité entre les genres dans les chaînes de valeur d'Agri-ProFocus en Ouganda, avec le soutien de Roel Snelder d'Agri-ProFocus.

