

ARTISANAT ET AUTONOMIE DES FEMMES : ENJEUX ET EXIGENCES D'UN DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL.



Agence Micro Projets



L'entreprenariat est un levier important pour l'émanicipation des femmes. De nombreuses initiatives solidaires aident les femmes à valoriser leurs savoir-faire à travers le développement d'activités génératrices de revenus. L'artisanat traditionnel est souvent la clé d'entrée. Mais de nombreux défis existent comme la pérennisation de l'activité financière ou la prise de conscience par les femmes de leur « pouvoir d'agir ». Face à ces enjeux, l'Agence des Micro Projets, appuyée par BATIK International, a réuni six associations porteuses de projets pour capitaliser autour de bonnes pratiques. Cette fiche restitue les échanges pour une meilleure efficacité des actions menées.



POINTS DE VIGILANCES ÉVOQUÉS PAR LES PORTEURS DE PROJETS

- > La culture entrepreneuriale
- > La capacité de gestion commerciale
- > Les coûts de production
- > L'écoulement des produits
- > La disponibilité des femmes
- > Les risques économiques
- > Les rapports de pouvoirs

LES AXES DE RÉFLEXION POUR LA RÉUSSITE D'UN PROJET

Pour la réussite d'un projet appuyant le développement d'une Activité Génératrice de Revenus (AGR) comme vecteur d'émanicipation, trois points sont à prendre en compte :

- La réussite économique du ou des produits ;
- L'évolution des mentalités socio-culturelles dans le respect des traditions ;
- La réelle évolution de conscience qui doit se produire en chaque femme, autour de la confiance et de l'estime de soi.

LES ASPECTS COMMERCIAUX : ARTICULATION ENTRE PRODUCTION, DISTRIBUTION ET DÉBOUCHÉS

Quels produits (style, finition, coût) pour quelles cibles (marché local, national, international, mixte) ?

La définition d'une stratégie de marché autour des débouchés, de la production et de la distribution est indispensable à toute action qui se veut pérenne.

DÉBOUCHÉS	PRODUCTION	DISTRIBUTION
<ul style="list-style-type: none"> • Marché : local, national, international ? • Cibles commerciales ? • Concurrence ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Technique(s) artisanale(s) ? • Compétences chez les femmes ? • Organisation : individuelle, collective, communautaire ? • Disponibilité de la matière première ? Coût ? • Acheminement de la matière première ? Coût ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventes ? • Procédé ? Selon quelles valeurs ? • Moyens matériels ? • Personnel en charge, répartition des tâches ? Pour et avec quelles compétences ? • Organisation : individuelle, collective, communautaire ? • Actions de communication ?

FICHE RÉALISÉE PAR

L'Agence des Micro Projets
Mélanie Lunel

En partenariat avec
BATIK International
Sarahi Gutierrez

SUITE AU TÉMOIGNAGE DE

Afrika'Tiss
Burkina Faso - tissage

AGIR abcd
Paraguay – couture

Artisans du Monde
A travers le monde –
commerce équitable

El Camino
Mexique – tissage

Grain de sable
Niger – renforcement des
capacités

Mali Soleil
Mali – recyclage de tissu

Suivant l'orientation stratégique, de nombreuses questions se poseront, nécessitant une prise de décision orientée en fonction :

- De l'implication et des compétences techniques des partenaires associatifs au Nord et au Sud ;
- De la volonté d'implication et de la disponibilité des bénéficiaires ;
- Du risque économique que le projet fait prendre aux femmes.
 - > Réaliser une étude de marché dès la phase de conception.
 - > Définir la stratégie de marché après réflexion avec toutes les parties prenantes sur le rôle, l'implication et les responsabilités de chacun.
 - > S'approvisionner et travailler avec les matériaux disponibles en abondance localement à faible coût.
 - > Adapter la production aux débouchés, cibler les marchés en fonction de la capacité à produire : principe de l'offre et de la demande.
 - > Structurer les bénéficiaires en collectif.

ZOOM SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Le commerce équitable est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, en particulier du Sud. Pour plus d'équité dans les échanges commerciaux, il se base sur les critères suivants :

- Travailler avec des producteurs défavorisés ;
- Développer des relations commerciales plus justes, sur le long terme, dans le respect des droits de l'Homme au travail ;
- Payer un prix juste et pré-financer la production si nécessaire ;
- Soutenir les producteurs et le renforcement de leurs organisations ;
- Sensibiliser le grand public et éduquer au développement durable.
- Prôner un fonctionnement démocratique des organisations ;
- Être transparent et accepter le contrôle ;
- Produire en intégrant les préoccupations environnementales ;
- Préserver et valoriser des cultures et savoir-faire locaux ;

L'IMPLICATION DES BÉNÉFICIAIRES : RAPPORTS DE POUVOIR ET LEADERSHIP

Si les bases du projet au niveau des relations sociales et culturelles ont mal été posées, le projet peut s'avérer non viable dans le temps, voire apporter un déséquilibre important au sein des relations familiales et/ou communautaires. Une attention particulière doit être apportée aux rapports de pouvoir.

Autour des projets sur l'autonomisation de femmes, les rapports de pouvoir s'expriment d'abord dans l'implication des hommes dans le projet, et plus spécifiquement des maris. Souvent la femme dépend de son mari (disponibilité, relation à l'argent, accès à la terre, liberté de parole, etc.). Ne pas les impliquer à la base et leur donner un rôle pour le développement économique des femmes serait une erreur et peut être un facteur bloquant dans la réussite du projet. L'homme peut également être un élément fort du projet comme bénéficiaire indirect si sa place et son rôle sont respectés. Un discours et une posture adaptés seront à adopter.

Un autre point marquant est la notion de leadership chez les femmes. Au sein d'un groupe, si un leader peut être un élément moteur fort, cela peut mettre en danger la viabilité du projet sur le long terme. Permettant d'accélérer le démarrage du projet, une meneuse peut fragiliser un groupe, ne favorisant pas la prise d'autonomie des autres femmes (qui deviennent des « suiveuses »). Son désengagement est souvent une source d'abandon du projet par le reste du groupe. Le temps nécessaire doit être pris pour l'appropriation du projet par l'ensemble du groupe. Il reste cependant intéressant de s'appuyer sur des femmes « reconnues » par leur communauté pour défendre le projet et fédérer le groupe.

- > Impliquer l'ensemble des bénéficiaires, direct et indirect, dès la conception du projet et pousser la réflexion économique jusqu'à la sphère familiale.
- > Préférer un groupe leader plutôt qu'un individu, donner des tâches propres aux femmes influentes de la communauté (plaidoyer, gestion comptable, etc.).

LE TEMPS DU CHANGEMENT : L'APPROCHE DE L'EMPOWERMENT *

Le temps est à la fois l'ami et l'ennemi des projets d'empowerment. L'ami car tout changement d'estime de soi et donc de réelle autonomie nécessite un temps très long ; l'ennemi car il ne correspond pas toujours à la temporalité des bailleurs de fonds et du financement.

La perception du niveau de vie des femmes est délicate à évaluer. L'augmentation financière des revenus se mesure facilement, le changement de mentalité est plus complexe. Pour réussir l'émancipation économique de femmes, le projet ne peut se concentrer sur la simple AGR et sa réussite commerciale. L'empowerment réside dans l'accès au contrôle des ressources. L'accompagnement doit à la fois toucher l'économique et le social, la sphère collective et individuelle.

Les actions liées à l'AGR comprennent généralement l'amélioration des techniques artisanales, de vente et de gestion comptable. Des actions complémentaires plus personnelles comme l'alphabétisation, la création, la communication (etc.), seront à mettre en place. L'accompagnement individuel de chaque artisane, selon ses besoins, viendra renforcer sa capacité à entreprendre.

Enfin, les difficultés annexes, influençant la liberté d'action des femmes, sont à intégrer dans la stratégie du projet : gardes d'enfants, accès aux crédits et à la propriété foncière, etc. Des projets complémentaires pourront être mis en place pour garantir sur le long terme la réussite du projet.

- > Viser une autonomie globale.
- > Proposer la mise en œuvre de projet sur une échelle de temps longue, nécessitant plusieurs phases.
- > Percevoir le niveau de vie, les activités complémentaires et les aspirations de chaque femme bénéficiaire.

LES INCONTOURNABLES

- > Développer des actions selon deux échelles de temps, celle de l'activité économique et celle du changement de mentalité ;
- > Réfléchir à une approche d'empowerment sans pour autant l'imposer ;
- > Respecter les rapports de pouvoir ;
- > Diversifier les partenaires secondaires et s'appuyer sur des personnes ressources aguerries aux us et coutumes ;
- > Adapter la production aux débouchés et inversement, cibler un marché potentiel en fonction des capacités de production ;
- > Créer de la complémentarité plutôt que de la concurrence.

* Fait référence au pouvoir que les femmes peuvent avoir sur leur propre vie mais aussi au sein d'un groupe dans la société ou en politique.

POUR EN SAVOIR PLUS

Sites références et contacts associatifs :

- > Cartographie des microprojets et bibliothèque en ligne : www.agencemicroprojets.org - onglet Observatoire.
- > BATIK International : www.batik-international.org
- > Artisans du Monde : www.artisansdumonde.org

Centre ressource national des petites et moyennes associations françaises de solidarité internationale, l'Agence des Micro Projets est un programme de la Guilde (association reconnue d'Utilité Publique) soutenu par l'Agence Française de Développement. contact@agencemicroprojets.org - 01 45 49 03 65

© La Guilde

Réalisation : Mars 2014

Conception graphique : Le Cercle

Iconographie : © Afrika'Tiss

