

المينقور ال تعمير حقوق
إمارة الذكاء الجماعي التنمية
ننبيب الذكاء الجماعي التنمية
برنامج عمل التعاليف توجيه
مسؤولية مجتمع نوعي
المؤشرات
المساوات
المؤشرات
توجيه الزواج الفسري الزعمال
العنف الجنسي اجراءات و عمل
توعيتة الرجل تقييم ارتبابا

INTÉGRER LE GENRE
POUR LES ORGANISATIONS
DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

Réponses pratiques
à des questions essentielles

INTÉGRER LE GENRE
POUR LES ORGANISATIONS
DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

.....
Réponses pratiques
à des questions essentielles
.....

- **Ce manuel est le fruit d'un travail collectif**

Remerciements à celles qui, investies dans l'associatif, ont partagé leur expérience et proposé diverses recommandations. Nous citerons, entre autres, Sofia Akeb, Tudert, Assia Bentounes, Tania Ahras, Amina Temmam.

Sous la direction bienveillante de Amina Izarouken

- **Ressources, entretiens, rédaction, révision et relectures transversales**

Alice Neyret

Melya Allalou

Souâd Belhaddad

Christine Talabard

- **Coordination**

Alice Neyret

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	7
I. COMPRENDRE LE GENRE ET L'APPROCHE	9
GENRE ET EN MESURER LES ENJEUX	
• Différences entre le sexe et le genre	10
• L'approche genre, ça veut dire quoi au fait ?	11
• Est-elle obligatoire ?	11
II. INTÉGRER L'APPROCHE	13
GENRE DANS LES PROJETS ASSOCIATIFS	
LES QUATRE PRINCIPES	14
PRINCIPE 1	14
1. Collecter et analyser des données sexo-spécifiques	14
• Mettre en place des indicateurs sensibles au genre	16
• Distinguer les indicateurs quantitatifs et qualitatifs	17
• Choisir de bons indicateurs tout en restant réalistes	19
• Nos recommandations	19
• En résumé : Pourquoi s'appuyer sur des données sexo-spécifiques ?	20
2. Cas d'analyse d'un problème sensible au genre	20
PRINCIPE 2	21
1. Intégrer un traitement égal	21
hommes-femmes dès le processus de pilotage	
• Identifier le besoin d'un public féminin avec lui (donc avec elles)	21
• Prendre en compte la réalité des femmes (et ses contraintes)	22
en amont du projet	
• Les horaires ne sont pas les mêmes pour tous/toutes	23
• Concrètement, comment partir des réalités de son public pour	24
penser son projet ?	
• Animer des prises de parole avec des outils d'intelligence collective	24

2. Tableau d'évaluation et d'indicateurs	26
PRINCIPE 3	27
1. Permettre une égale accessibilité au projet aux hommes et aux femmes (si le projet ne vise pas directement les femmes)	27
• Adapter l'équipe aux besoins des femmes	27
• Faire une budgétisation sensible au genre	28
2. Tableau de la démarche et des outils pédagogiques pour une égalité d'accès et d'utilisation des services	29
PRINCIPE 4	30
<i>Comment sensibiliser et responsabiliser les hommes à l'enjeu de l'égalité pour les rendre co-acteurs du changement</i>	
1. Impliquer à part égale les hommes et les femmes qui travaillent sur ce projet	30
• Identifier les résistances et les déjouer (avec temps et méthode)	30
• Susciter de l'empathie (se mettre à la place d'une femme le temps d'un exercice)	31
• Chercher un.e allié.e et/ou former des membres de l'équipe (dont des bénévoles)	32
• Veiller à sensibiliser les parties prenantes au genre	32
• Inclure le genre pour garantir plus de paix dans notre société	33
• Quelques astuces pour construire votre argumentaire auprès des réfractaires	34
• Suivi et évaluation d'un projet sensible au genre	34
2. Mon projet est-il sensible au genre ? Auto-évaluation	35
III. INTÉGRER L'APPROCHE	37
GENRE DANS SA GOUVERNANCE	
1. Y a-t-il une femme dans l'avion ?	38
• Pourquoi intégrer l'approche genre dans sa gouvernance ?	38
• Identifier les femmes sur les postes clefs et décisionnels	39
• Former le personnel	39
• Travailler sur l'estime de soi des femmes impliquées	39
• Favoriser la levée des freins logistiques à leur participation	40
• Prévenir et stopper les violences sexistes et sexuelles (VSS)	41
• Tableau	42

2. Oser repenser la gouvernance	43
• <i>Revoir les statuts</i>	43
• <i>Alterner les modes de gouvernance</i>	43
• <i>Réinventer des règles pour mieux vivre ensemble (et revoir le règlement)</i>	44
• <i>Mieux animer une réunion sur l'égalité</i>	44
• <i>Créer une charte de l'égalité (plutôt qu'imposer, se mettre d'accord)</i>	45
• <i>Désigner un.e référent.e sur la question du budget spécifique au genre</i>	45
• <i>Formaliser un plan d'action « genre »</i>	46
IV. INTÉGRER L'APPROCHE	47
GENRE DANS SA COMMUNICATION	
• <i>Inclure les femmes dans ses discours</i>	48
• <i>Utiliser un langage sensible au genre</i>	49
• <i>Proposer des images (photographies, illustrations...) à l'encontre</i>	50
<i>des stéréotypes</i>	
• <i>Rendre visibles les inégalités de genre par les données sexo-spécifiques</i>	51
• <i>Enfin, intégrer l'approche genre dans l'organisation</i>	51
<i>et la communication événementielle</i>	
• <i>Tableau d'auto-évaluation : ma communication est-elle sensible au genre ?</i>	53
V. ANNEXES	55

AVANT-PROPOS

.....

Vous venez de rejoindre une association de quartier dédiée à la pratique sportive chez les jeunes. Vous êtes plein.e d'enthousiasme, disposé.e à vous investir à fond pour soutenir les bénéficiaires. Et ce projet de tournoi de basket entre filles de quartiers voisins, quelle super idée! Alors pourquoi ce constat, après quelques mois, que beaucoup de bénéficiaires ne viennent plus ? Surtout les filles justement, alors que ce projet avait été conçu « surtout » pour elles.

À cette apparente énigme, il peut y avoir, sinon des réponses, de bonnes questions à se poser auxquelles vous n'avez peut-être jamais vraiment pensé. Pourtant, ces questions sont incontournables. Par exemple, pour ce projet, avez-vous pensé aux horaires de réunion et d'entraînement ? Oui, allez-vous répondre, bien sûr : le week-end parce que les gens ne travaillent pas et ont donc du temps libre. Libre ? Le vendredi matin, votre collègue, Hassina, 24 ans, n'accompagne-t-elle pas sa mère au marché faire les courses ? Et n'aurait-elle pas des difficultés à assister aux réunions ou aux entraînements parce qu'elle doit l'aider en cuisine ce matin-là ? Elle ne vient donc qu'une fois sur deux, ou moins souvent encore, aux rencontres de l'association.

Autres questions sur votre association : combien de filles et de femmes compte-t-elle précisément ? Beaucoup ? Parfait. À quel poste ? Membres ? Direction ? Conseil d'administration ? Les avez-vous investies dans les décisions ? Se rendent-elles aux rendez-vous chez le wali, à la banque, auprès de financeurs ? Qui signe les papiers ? Établit les budgets ? Écrit les projets ?

Intégrer la question du genre dans sa pratique associative, cela veut dire avant tout pratiquer *concrètement* l'égalité entre hommes et femmes et l'inclusion de ces dernières, en commençant par se poser ces questions. C'est s'assurer que chacun.e s'engage au maximum pour que les femmes de toute génération trouvent leur place, au même titre que les hommes. Ce manuel a précisément cet objectif : comment réfléchir, planifier et mener son action afin qu'elle bénéficie autant aux femmes qu'aux hommes ; comment prendre en compte la réalité des

femmes à partir d'indicateurs ; comment faire travailler hommes et femmes à parité et en harmonie ; veiller à une répartition équitable des rôles ; dresser le bilan et en évaluer l'impact ; analyser la communication mise en place...

Si aujourd'hui le terme de « genre » est couramment utilisé, tout le monde ne connaît pas encore sa signification, et surtout ce que cela implique dans le cadre d'une association. Pourtant, on vient déjà de le voir, cette question est sans cesse présente dans le quotidien d'un pays, d'une société, d'une association. Ce guide vous propose donc un mode d'emploi avec des explications, du vocabulaire et des méthodes pour mieux favoriser l'égalité. Car pour la défendre, il faut avant tout l'incarner, c'est-à-dire être dans l'exemplarité plus que dans le discours.

Grand défi, pour lequel ce manuel vous accompagne...

On a tant à y gagner. Tous et toutes.

On se lance ?



**COMPRENDRE LE GENRE ET
L'APPROCHE GENRE ET EN
MESURER LES ENJEUX**

Différences entre le sexe et le genre

Le sexe se réfère aux caractéristiques biologiques et physiologiques qui différencient les femmes des hommes comme les organes reproductifs, les chromosomes, les hormones, etc. De façon rapide et illustrative, une différence biologique, par exemple, serait que l'homme produit du sperme et que la femme enfante et allaite.

Le genre sert à évoquer les rôles qui sont déterminés socialement, c'est-à-dire les comportements, activités, attributs généralement et majoritairement considérés par la société comme appropriés pour les hommes et les femmes. Comme si tout cela était, en fait « naturel ». « Une fille doit être douce, un garçon doit être fort. Une fille ne doit pas prendre trop de place, un garçon ne doit pas pleurer. Une fille doit s'occuper de la maison, un garçon doit surveiller ses sœurs, une fille n'aime que les contes de fées, les garçons les bagarres, etc. » Or, cette façon de concevoir les genres féminin et masculin selon certaines particularités dites « naturelles » est en réalité construite et transmise à travers tout un système de socialisation : l'éducation familiale, la loi, l'école, le travail, la rue, le religieux, les médias, les arts, et ce depuis l'enfance, sinon avant même la naissance. Or, cette attribution des rôles masculin-féminin est indépendante des spécificités biologiques de chaque sexe, et la différenciation physiologique ne justifie pas les inégalités. Rien dans l'anatomie, ne détermine d'emblée les filles à préférer un roman à l'eau de rose et les garçons un match de football... Une fois encore, c'est une construction sociale érigée en système qui transforme ces différences physiologiques en inégalités de genre.

Par le terme genre, on détermine donc ce qui est attendu, permis et estimé chez une femme ou un homme, dans tout contexte (une femme douce, un homme fort, une femme puéricultrice, un homme ingénieur...). Vous remarquerez que cela se traduit souvent sous la forme de l'injonction « il ou elle doit/il ou elle ne doit pas ». Cette notion de devoir s'érige en norme et devient valeur morale, parfois confortée par un cadre juridique, selon le contexte local. Dans un cadre associatif, le problème se pose lorsque ces valeurs se traduisent dans les pratiques. La question du genre nous aide justement à identifier ce phénomène, comprendre les inégalités qu'il induit, et à les réduire. Si vous évaluez votre association, est-ce que vous pouvez définir schématiquement les rôles des femmes et ceux des hommes ? Oui ? Pas bon signe ! Mais pas de panique, nous allons justement travailler dessus.

Une autre expression, de plus en plus entendue dans le milieu associatif, et surtout de plus en plus demandée par les bailleurs de fonds, est celle de « l'approche de genre ».

Traduction s'il vous plaît !

L'approche genre, ça veut dire quoi en fait ?

L'**approche genre** signifie promouvoir l'égalité et servir de modèle sur ce sujet dans l'associatif. C'est « une paire de lunettes pour regarder le monde » qui, soudain, transforme, ou disons plutôt élargit notre vision. En partant d'un constat fréquent : il y a peu ou pas de femmes à l'horizon, ou alors elles sont dédiées aux mêmes tâches, mêmes espaces, mêmes postes, souvent toutes en arrière-plan ! Les « lunettes du genre » sont inventives, elles proposent pleins d'idées. Votre association veut mettre les femmes de l'équipe en avant, leur donner et partager les responsabilités, mener des projets qui soient attentifs au genre. Bien sûr, cela peut susciter des réactions, des résistances ou simplement des interrogations car cette démarche remet en question les rapports entre hommes et femmes. Dans votre association comme dans le reste de la société.

L'approche genre se décline dans diverses directions : bénéficiaires d'un projet associatif, équipes internes – dont les bénévoles –, modes de gouvernance, modes de communication...

Est-elle obligatoire ?

Petite pause sur le tableau ci-dessous. Vous avez bien vos lunettes sur le nez ?

- 830 femmes meurent chaque jour de complications pendant la grossesse et l'accouchement, selon l'OMS.
- 70% des personnes vivant sous le seuil de pauvreté (revenu inférieur à 1 dollar par jour) sont des femmes.
- Selon l'UNICEF, les femmes et les filles passent chaque jour 200 millions d'heures à la collecte de l'eau, soit très largement plus que les hommes.
- Les femmes ont deux fois moins de chance d'avoir un travail rémunéré à temps plein. Leur salaire est environ un tiers inférieur à celui des hommes pour un même travail.
- Une femme sur trois subit des violences physiques ou sexuelles au cours de sa vie.
- 62 millions de jeunes filles sont déscolarisées. Seulement 23% des pays à faible revenu ont atteint la parité en termes d'éducation primaire et 15% pour l'éducation secondaire.
- Dans les pays en développement, les femmes sont à l'origine de 60 à 80% de la production alimentaire, et possèdent 10 à 20% des terres (chiffre encore plus bas en Afrique).
- Les femmes représentent seulement 22% des parlementaires.
- Lors de catastrophes naturelles ou de changements climatiques, les femmes sont plus touchées que les hommes (exemple du tsunami de 2004, où 70% des personnes décédées étaient des femmes, notamment parce qu'elles ne savaient pas nager).

... Et malheureusement, la liste est encore très, trop longue...

Alors non, l'approche genre n'est pas obligatoire, mais elle est essentielle pour construire l'égalité et participer à une société plus juste entre femmes et hommes. Assurer l'égalité de genre est également indispensable à l'amélioration du développement, c'est une garantie de lutte efficace contre la pauvreté. Cela solidifie les piliers du développement durable – économique, social et environnemental – et œuvre aux conditions d'une bonne gouvernance. Cette ambition ne s'inscrit pas seulement dans un champ idéologique mais bel et bien économique et dans un agenda international. C'est bien parce que la perspective de genre relève des Objectifs de Développement Durable (ODD) que de plus en plus de financeurs l'exigent dans les projets que les associations leur soumettent. Parvenir à cette égalité de genre passe avant tout par la reconnaissance du rôle moteur des femmes dans l'achèvement d'un développement plus durable. Côté associatif, agir concrètement signifie mener des programmes qui prennent en compte les réalités et besoins spécifiques des femmes.

L'objectif 5 de l'ODD (parmi dix-sept existants) braque le projecteur sur l'autonomisation des filles et des femmes. Il concerne l'égalité entre les sexes et vise à mettre fin à toutes les formes de discrimination et de violences contre les femmes et les filles dans le monde entier. Les cibles définies concernent la lutte contre les discriminations et contre les violences faites aux femmes, l'accès des femmes à des fonctions de direction et de décision et l'accès universel aux droits sexuels et reproductifs. En convergence avec les seize autres points de l'agenda, il permet la conception et la mise en œuvre de toutes les politiques publiques au prisme du genre et encourage la mise en place de politiques dédiées à la lutte contre les inégalités qui persistent et nécessitent des mesures positives en faveur des femmes. L'objectif 5 suppose de s'attaquer aux causes structurelles des inégalités femmes-hommes afin de provoquer des changements systémiques – en termes de droits, de statut social et de suppression de toutes les formes de discriminations dans tous les domaines.

Pour rappel Les objectifs de développement durable (ODD) définissent un monde dans lequel personne ne serait laissé de côté. Dix-sept objectifs ont été fixés, couvrant l'intégralité des enjeux de développement dans tous les pays, tels que le climat, la biodiversité, l'énergie, l'eau, la pauvreté, l'égalité des genres, la prospérité économique ou encore la paix, l'agriculture, l'éducation, etc.



INTÉGRER L'APPROCHE GENRE DANS SES PROJETS ASSOCIATIFS

Naila Kabeer, économiste féministe anglo-indienne, distingue trois types de projets selon l'attention qu'ils portent au genre :

1. **Gender blind** : traduit par « projets aveugles au genre », c'est-à-dire sans prise en compte de l'aspect genre. Ce type de projet risque de creuser les inégalités entre femmes et hommes.
2. **Gender neutral** : traduit par « projets neutres en termes de genre », dont l'objectif affiché est de ne pas creuser l'écart entre hommes et femmes, sans pour autant tenter de le diminuer.
3. **Gender positive** : traduit par « projets sensibles au genre », ce qui ne signifie pas forcément que la réduction des inégalités entre femmes et hommes est l'objectif principal du projet, mais qu'il ambitionne au moins d'y contribuer à titre secondaire et s'en donne les moyens.

Alors comment créer et mettre en place un projet sensible au genre, dit *gender positive* ?

Dans votre projet, nous vous proposons d'appliquer quatre grands principes fondamentaux pour intégrer le genre.

LES QUATRE PRINCIPES

PRINCIPE 1

« *Ce qui ne se compte pas ne... compte pas. Donc comptons !* »

Comment, d'une part, chiffrer des informations, et d'autre part, considérer plus particulièrement ce qui, dans ces données, concerne les femmes ? La réponse est : « ventiler les données » par sexe.

1. Collecter et analyser des données sexo-spécifiques

Récemment, votre association a organisé un stand d'information dans le centre-ville sur le développement économique, avec des produits locaux, sur deux week-ends. Alors que les femmes, surtout productrices de fromage et apicultrices sont particulièrement concernées, le jour de l'événement, la majorité des visiteurs sont des hommes, ainsi que les bénévoles de l'équipe. Deux jeunes filles s'étaient inscrites

pour animer un stand mais n'ont finalement pas pu venir. Pour le week-end suivant, l'association décide de se mobiliser davantage, et des efforts sont faits : bouche-à-oreille activé, flyers, communication intensifiée. Cette fois encore, faible résultat : toujours aucune femme, ou presque. Pourtant, n'est-ce pas typiquement un projet qui les concerne ?! Il y a de quoi se décourager : organiser tout cela pour elles ! Et elles ne se déplacent même pas...

Avant d'incriminer les absentes et leur éventuel manque d'investissement, posons-nous quelques questions terre à terre : quel jour et à quelle heure l'événement s'est-il tenu ? Le jour de l'Aïd parce que c'est jour férié ? Oui, mais pour la plupart de ces femmes chargées de tout gérer à la maison (repas, hospitalité, enfants qui n'ont pas école), sortir ce jour-là est quasi impossible. Ce projet les intéresse, mais il ne peut pas être prioritaire. Oser le préférer aux tâches familiales prévues, et délaisser la maison, risquerait fort d'être mal vu, sans compter, dans certains quartiers ou villages, le jugement du voisinage.

Autre réflexion : une femme évidemment intéressée par le fait de développer son activité économique ose-t-elle pour autant se lancer ? Depuis l'enfance, l'éducation pose des limites à son parcours : souvent peu encouragée, voire découragée, croire en ses capacités et en sa réussite devient un sacré pari. L'association a-t-elle pensé à ce plafond de verre, trop présent, ou simplement dit : « C'est un projet qui va intéresser les femmes, ça ! »

Ainsi, travailler à briser ce plafond de verre et renforcer l'estime de soi auprès de son auditoire féminin (équipe ou bénéficiaires) est incontournable. C'est un des éléments de *l'empowerment* (renforcer les capacités et donner du pouvoir).

La notion de « **plafond de verre** » renvoie au constat qu'il existe un plafond invisible auquel se heurtent les femmes dans l'avancée de leur vie, leur carrière ou dans l'accès à des responsabilités, et qui les empêche de progresser aussi vite et autant que les hommes. Les femmes peuvent progresser dans la hiérarchie (entreprise, politique, médias...) mais seulement jusqu'à un certain niveau. Résultat : elles sont en grande partie absentes des sommets. Ce plafond de verre est invisible. Bien qu'il ne soit ni décrété ni officialisé, il est pourtant ancré dans l'esprit des femmes, accoutumées depuis l'enfance à être discrètes, à ne rien exiger, à ne pas avoir autant d'ambition professionnelle, ni un salaire adéquat comme leurs homologues masculins.

Pour la mise en place d'une gouvernance paritaire, il est essentiel de travailler sur ce plafond de verre. Vous pouvez organiser des formations sur ce thème ou vous diriger vers des associations /ONG/ fondations qui en proposent.

Si vous souhaitez en savoir plus, nous vous conseillons de contacter le Fonds pour les Femmes en Méditerranée (FFMED), qui organise des formations *d'empowerment* féminin.

Mettre en place des indicateurs sensibles au genre

Un indicateur est un instrument servant à fournir des indications sur un phénomène donné. Une statistique relève d'une interprétation scientifique mathématique de données qui permet de faire des prévisions. On ne peut pas toujours obtenir des statistiques, outils nécessaires pour établir des indicateurs. Mais si vous êtes une petite association, vous pouvez tenter, même à petite échelle, d'en établir, en tenant compte des angles social, économique, géographique, environnemental.

Cependant, établir vos propres statistiques, par le biais d'enquêtes ou de sondages, produira une information qui ne peut être juste que si elle distingue divers critères dans ses questionnaires. La rigueur tient dans le détail : si vous comparez un groupe (personnes en situation de handicap, par exemple), avec un autre (personnes valides), vous rendrez compte des différences entre ces deux réalités. Mais si on ne considère pas les différences existant à l'intérieur même de chaque groupe, le résultat est faussé. Halima, agricultrice en CDD, la soixantaine, est une personne en situation de handicap, comme Ahmed, fonctionnaire en ville, âgé de 32 ans. Or, comme femme, de zone rurale, plus âgée, avec un emploi précaire, Halima est plus défavorisée qu'Ahmed, jeune salarié citadin en CDI. Peut-on dire alors que tous deux vivent la même situation ? Si ces deux personnes ont certaines convergences dans leur situation de handicap, elles se distinguent d'un point de vue social et juridique. Halima, considérée dans son genre, rendra nécessaire lors d'un projet, d'établir des indicateurs spécifiques correspondant à la réalité de chacun.e. On voit donc comment la collecte de données se ventile par sexe, âge et groupes socio-économiques.

En ce qui nous concerne, cette première étape de collecte de données (recueil, traitement, interprétation et rendu intelligible) doit donc être différenciée selon le genre : **c'est ce qu'on nomme « données sexo-spécifiques »**.

Ces données sont des éléments d'observation ou de mesures recueillies respectivement pour les hommes et les femmes afin d'établir un état des lieux (sans l'interpréter). L'intérêt d'une donnée est en effet d'être factuelle, donc difficilement contestable. Elle sert d'argument pour informer. Par exemple : dans la ville de Tizi Ouzou plus de 3400 agricultrices sont inscrites sur le registre agricole du secteur de la Wilaya ; en 2021, quarante femmes ont été victimes de féminicide ; ou encore, en 2018, on comptait moins de 90 filles scolarisées pour 100 garçons dans sept régions, dans le primaire, etc.

À partir du constat établi, les éventuelles différences entre hommes et femmes peuvent être identifiées, et donc les actions à mener en faveur de l'égalité hommes-femmes. En cela, les données et statistiques incluant le genre visent clairement à établir le bien

fondé de l'élimination des inégalités entre hommes et femmes là où elles existent. Elles permettent de mener des actions, de prendre des mesures équitables et de fournir une base scientifique pour le suivi et l'évaluation des impacts, selon les sexes. La pauvreté, de façon générale dans le monde, touche plus les femmes que les hommes. Documenter cette réalité sera utile si vous préparez un projet d'aide alimentaire durant le Ramadan (« Chorba populaire à la wilaya ») :

Sans pour autant être un.e spécialiste des statistiques, recueillez donc le maximum d'informations par des questionnaires (à l'oral, si pas de possibilité de les faire à l'écrit), incluant âge, situation sociale, statut, genre, géographie. Ainsi, soit vous confirmerez votre conviction de départ (donner un couffin de victuailles chaque lundi après-midi), soit vous rectifierez la forme (plutôt le matin car les femmes sont en cuisine l'après-midi). De nombreuses études manquant de données sexo-spécifiques ne révèlent pas les disparités entre les sexes pourtant essentielles pour concevoir un projet, et les évaluer en termes d'impact et de politique publique. On sait par exemple que La récession due au Covid a été très grave dans sept régions sur dix, mais si très peu de données différencient les conditions selon les hommes et les femmes, il sera très difficile de mettre en place des projets (ou des politiques publiques) qui répondront de manière spécifique à la réalité des un.es et des autres. Et surtout qui viseront à réduire les inégalités entre femmes et hommes ou, a minima, éviteront de les renforcer. Dans tous les projets de votre association, même s'ils ne sont pas dirigés en faveur des femmes, produisez des données sexo-spécifiques pour planifier vos projets.

Pour le recueil de données, deux types d'indicateurs sont à distinguer.

Distinguer les indicateurs quantitatifs et qualitatifs

Les **indicateurs quantitatifs** correspondent à une donnée numérique ou un pourcentage et donnent de ce fait des résultats quantifiables. Les indicateurs sensibles au genre réfèrent particulièrement au nombre de femmes et d'hommes pour une thématique précise (par exemple : utilisation des salles de sport, pourcentage d'hommes et de femmes dans des postes de direction ou élues en wilaya...). Ventilées par sexe, ces informations établiront la différence ou non des résultats pour les hommes et les femmes, avec comme objectif de mettre en lumière d'une part les disparités existantes, et d'autre part, la priorité des domaines dictant une action particulière. Enfin, l'évaluation de l'impact des inégalités de genre permettra de nommer les conséquences néfastes sur notre société et sur le bien-être total, soit le coût social que génèrent ces inégalités de genre.

Attention ! *Les données, c'est bien et informatif pour toutes les raisons énoncées ci-dessus, mais attention aux manipulations possibles ! On peut se réjouir que le nombre de commerçantes sur le marché de telle ville augmente, mais cela n'indique nullement en quoi leur quotidien en est impacté positivement ou si les recettes leur reviennent... Les chiffres seuls ne suffisent pas.*

Les **indicateurs qualitatifs** apportent un autre éclairage sur un changement social qu'on mesurera, cette fois, non à partir de chiffres mais sur des retours d'expériences, de comportements, d'opinions et perceptions. Ces nouvelles commerçantes inscrites sur le registre du commerce sont-elles satisfaites de leur activité ? Certes, elles ont une ouverture vers le monde extérieur, mais en revanche elles viennent en transports en commun et doivent se lever encore plus tôt. Le moyen par lequel elles se rendent au travail est un autre indicateur qualitatif : est-ce leur propre voiture, la voiture d'un proche, les transports en commun, à pied, etc. ? L'indice de satisfaction face à un changement sociétal est essentiel dans une évaluation qualitative.

Attention ! *Si les indicateurs qualitatifs affinent notre compréhension d'une situation par des éléments concrets et privilégient une démarche participative (qui accorde la parole à des groupes qui ne sauraient exprimer autrement leurs besoins), celle-ci demande beaucoup de temps (entretiens, réunions de groupes, recoupement des données...) et de moyens (humains, financiers). Pour ces raisons, les indicateurs qualitatifs ne reposent souvent que sur un échantillon, et les autorités, les institutions trouvent argument à les déprécier.*

Pour les responsables d'association ou porteur.ses de projet, il est nécessaire de comprendre, d'analyser et de créer des indicateurs sensibles au genre. Ces indicateurs interviennent dans tout le cycle d'un projet. Comme on vient de le voir, ils interviennent dès le départ de la réflexion autour du projet. Il s'agit de comprendre les données locales (ou nationales), d'analyser les besoins et les intérêts stratégiques d'une population donnée jusqu'à la formulation, la mise en œuvre et l'évaluation de ce même projet. Et de toujours se poser ces questions : quels sont les objectifs ? Les résultats attendus ? Les indicateurs qui permettent de savoir si ces résultats sont atteints ? Quelle est l'évaluation de ce projet vis-à-vis des indicateurs fixés ?

Cette première étape vise à identifier le problème auquel le projet veut répondre. En effet, pour pouvoir anticiper une situation, il est incontournable d'en comprendre toutes les causes.

Choisir de bons indicateurs tout en restant réaliste

On sait parfaitement que dans la vie associative, il y a, d'un côté les réalités de terrain, avec les hauts, les bas, les avancées (parfois), les difficultés (souvent), et de l'autre les recommandations théoriques d'un manuel (aussi développé soit-il) qui peuvent en être très éloignées. Aussi, après ce paragraphe sur la nécessité d'établir des indicateurs, on insistera beaucoup sur ce qui peut être réalisable, en fonction de *votre* contexte.

Nos recommandations

- **Soyons réalistes** : rêver c'est bien, faire c'est mieux, et surtout si on fait de son mieux. Donc, prenez bien en compte ce qui est possible en termes de faisabilité : combien de temps, d'argent, de personnes disponibles pour la collecte de données. Si les données concernent seulement les habitantes d'un quartier, c'est déjà un point positif. Les données régionales, nationales, mondiales, ce sera pour un autre projet.
- **Soyons pertinent.es** : si les données montrent que dans tel quartier, un nombre croissant de femmes sont touchées par le cancer du sein par rapport à la moyenne nationale et que le projet est de lancer une campagne d'information, l'indicateur correspond là clairement à l'objectif et sera facile à démontrer.
- **Soyons intelligibles** : un indicateur doit être informatif mais facilement compréhensible pour tous et toutes, de tout niveau.
- **Soyons attentifs/ves à la ventilation, de manière équilibrée** : si les données sont ventilées par sexe, elles incluent cependant d'autres éléments permettant des interprétations plus nuancées (tenir compte des données géographiques, des spécificités des groupes, sociales, religieuses, culturelles, économiques).
- **Soyons précis.es** : l'indicateur définit de façon précise l'espace, le temps et la cible dans ce qu'il entend mesurer.
- **Soyons participatifs/ves (d'autres disent démocratiques...)** : le public visé doit être acteur dans le projet qui le concerne, c'est-à-dire qu'il doit être sollicité et pris en compte.
- **Soyons cohérent.es (d'autres disent légitimes...)** : pour servir un projet, mieux vaut être perçu.es comme légitime dans le contexte dans lequel on le mène, et avoir des positions alignées sur ses comportements. Par exemple, prétendre défendre le changement pour l'égalité et être président.e de son association depuis plus de dix ans... !

En résumé :

Pourquoi s'appuyer sur des données sexo-spécifiques ?

- Pour analyser une situation avant de définir et préparer une action en considérant les spécificités hommes-femmes
- Pour définir les objectifs et indicateurs de son action avec cette prise en compte
- Pour évaluer son impact et la progression (ou non) de la mise en place de l'égalité dans son activité associative

Terminologie : on parle de données ou statistiques « sexo-ventilées » ou encore « ventilées par sexe », « sexo-différenciées », « sexo-spécifiques ».

2. Cas d'analyse d'un problème sensible au genre

Prenons la question du mariage des mineurs, soit le mariage forcé : en Algérie, 3% des femmes étaient mariées entre 15 et 19 ans en 2013¹. Votre association ambitionne de limiter ce phénomène. Par quoi commencer ?

D'abord identifier les explications diverses de cette statistique. Les jeunes filles sont-elles mariées à cause de la pauvreté de leur famille ? Est-ce pour bénéficier d'une dot (raisons économiques) ? Est-ce par tradition coranique (raison religieuse) ? Coutume locale (raisons socio-culturelles) ? Pour masquer un abus sexuel antérieur, une grossesse condamnée ? Ou encore, comme durant la période de la décennie noire, par mesure de sécurité lorsque des parents craignaient l'enlèvement ou le viol de leur fille (raison politique) ?, etc.

À partir de ces interrogations, classons ces causes par catégories afin de définir les axes prioritaires d'actions :

- **Raisons économiques :** les familles pauvres peuvent voir dans le mariage arrangé pour leur fille une opportunité financière : bouche en moins à nourrir, dot, meilleure position dans l'espace social pour sa fille (mariage de statut), et ce au détriment de ses propres aspirations.

1- Unicef, Ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme Hospitalière (2015), Enquête par grappe à indicateurs multiples (MICS4), p. 190-194. [En ligne] : <https://www.unicef.org/algeria/sites/unicef.org.algeria/files/2018-04/Rapport%20MICS4%20%282012-2013%29.pdf>

- **Raisons socio-culturelles** : la grossesse indésirée d'une fille, par manque d'éducation sexuelle ou/et par viol, peut inciter des parents à la marier croyant la/se préserver du déshonneur et lui assurer un certain statut dans la société, sans conscience de la grande violence que leur enfant va subir.
- **Raisons légales** : autre conséquence d'une grossesse indésirée... En Algérie, les mères célibataires n'ont pas de statut et les enfants nés hors mariage ne peuvent pas obtenir de reconnaissance de paternité. Un mariage arrangé pallie ce vide juridique.

Une fois que vous avez identifié le problème auquel votre projet va répondre (ex : raison économique), le choix de l'action sera plus facile et plus précis.

(En annexe de ce manuel, vous trouverez un rappel de la méthode à adopter pour développer un projet).

PRINCIPE 2

Comment considérer la place d'une femme en totale parité, en amont d'un projet comme durant sa réalisation, mais aussi dans la gouvernance.

1. Intégrer un traitement égal hommes-femmes dès le processus de pilotage

Vous avez en main quelques données éclairantes. Parmi divers exemples : plus de 40% des femmes travailleuses produisent miel, fromages, pain ; sur dix jeunes filles interviewées, sept veulent exercer une pratique sportive ; dans le quartier Hassiba B., aucun enfant ne pratique d'activité musicale ; ou encore 3% de jeunes filles sont mariées avant l'âge légal de 19 ans, etc.

Comment l'association va-t-elle gérer ces informations ? Quel projet va-t-elle concevoir ? À quel besoin va-t-il répondre ?

Identifier le besoin d'un public féminin avec lui (donc avec elles)

Identifier et nommer avec précision le besoin de son public ne peut se faire... sans lui. Aussi, selon le contexte et les réalités de l'association, impliquez toujours les bénéficiaires en amont ou, au moins une partie, dans le projet imaginé. Sans eux et elles, comment

connaître leurs enjeux ? Dans cette démarche, appuyez-vous, sur des situations rapportées par votre public qui se sentira dans une position d'acteur et d'actrice. Il est essentiel de faire comprendre que l'association n'est pas seulement celle qui « donne » tandis que les bénéficiaires, eux/elles, seraient seulement ceux/celles qui « reçoivent ».

Cette démarche, inspirée de ce qu'on appelle l'éducation populaire, repose sur un principe simple et vérifié : les bénéficiaires sont toujours porteurs d'un savoir à partager et l'association devient elle aussi bénéficiaire de cette expérience. La posture de l'équipe, dont la direction, se défait alors de sa posture de « sachant.e », pour favoriser la co-construction. Les bénéficiaires, parce qu'ils sont valorisé.es dans leurs compétences, deviennent parties prenantes du projet lors de ce travail en commun. Tout le monde y gagne. Par exemple, ce stand d'information que vous envisagez de tenir le jour de l'Aïd, partagez en l'idée avec ceux et celles qui sont concerné.es.

Prendre en compte la réalité des femmes (et ses contraintes) en amont du projet

Deux réponses (dont la première est à bannir).

1. Soit tout imaginer seul.es, concevoir le projet entre président.e et co-président.e et assumer que le projet associera peu les bénéficiaires et ne modifiera presque en rien la problématique tout en ayant le devoir de justifier ce bilan mitigé auprès des bailleurs de fonds.
2. Soit décider que ce projet veut résolument parvenir à son objectif, à savoir améliorer la vie des un.es et des autres et donc être au plus près de leur demande.

Supposons que votre action associative soit axée sur la protection des mineur.es contre le mariage précoce, avec un accompagnement juridique et psychologique des victimes. Une juriste et une psychologue ont été recrutées. Des temps d'échanges individuels sont proposés ainsi que des temps d'échange de groupe. L'objectif : rompre le tabou sur ce sujet et faire entendre la voix de ces victimes. Magnifique projet... Sur le papier ! Dans la réalité, personne ne vient. Pourquoi ? Les locaux de l'association sont excentrés de la ville et exigent d'emprunter un chemin peu sécurisé. Elle-même véhiculée, la direction de l'équipe n'a pas suffisamment pensé à cet élément, ni mesuré la peur que les femmes éprouvent dans l'espace public (la rue, les transports en commun...). Pourtant, cette réalité est telle en Algérie que certaines femmes sont obligées de se vêtir de façon masculine pour ne pas attirer l'attention et éviter le harcèlement, les insultes ou les attouchements. Se déplacer, pour une femme, et plus encore dès la fin de la journée, est un facteur d'insécurité.

Alors comment faire son travail dans ce cas ? Il faut penser à prendre en charge les transports des femmes concernées, si vous disposez d'un minimum de moyens financiers, ou alors s'arranger entre les membres de l'équipe pour aller les chercher en voiture et les raccompagner. En comprenant bien que cela n'est pas un service qu'on leur rend mais une prise en compte de leur réalité, une prise en compte du genre, justement. Selon la ville, le village ou le quartier en question, c'est prendre en compte d'une part leur sécurité, d'autre part leur image en les préservant d'éventuels commérages. Une femme qu'un homme attend dans sa voiture peut faire jaser : mieux vaut alors choisir une conductrice, dont il faudra aussi se soucier de la sécurité lorsqu'elle-même rentrera seule, ensuite.

Dans l'éventualité de contrôles policiers, veillez à leur donner systématiquement un justificatif afin qu'elles ne soient pas ennuyées par les forces de l'ordre. Bon nombre de femmes témoignent que, rentrant du travail, alors que la nuit n'est pas encore tombée, elles ont été régulièrement contrôlées par des policiers qui, par la suite et durant des semaines, se permettent de les « draguer » lorsqu'ils les reconnaissent.

Les horaires ne sont pas les mêmes pour tous/toutes

Autre point important : que le projet leur soit adressé ou non, adaptez les calendriers des actions de l'association en fonction de ceux des femmes (de l'équipe ou des bénéficiaires). Comme on l'a déjà dit, la période de ramadan, qui les mobilise beaucoup à la maison (préparation des fêtes, invitations...), sera peu favorable pour elles. Outre les bases des données sexo-spécifiques, consulter les publics visés sur leurs disponibilités, leurs contraintes – qui varient souvent selon une habitante de grande ville, de village, une situation parentale ou pas, un statut de célibataire, d'épouse, ou de divorcée, un emploi ou non – sera toujours très utile pour garantir de mener son action au mieux.

« Malheureusement, on est débordé.es, on n'a pas le temps ! » allez-vous répondre. Cependant, accorder ce temps de questionnaire n'est jamais un temps perdu. Le faire lors d'une réunion présente trois avantages. Le premier : valoriser votre public en lui témoignant, par ce moment, qu'elles sont importantes, que leur quotidien et leur avis comptent, et seront pris en considération. Le deuxième : créer une cohésion entre les membres qui connaîtront mieux les réalités des un.es et des autres et participeront à une meilleure organisation (« Ah, Djamilia, toi aussi, tu dois aller chercher les enfants à 16 heures ! Alors, on peut partir ensemble, en plus, demain, j'aurai la voiture, je pourrai les récupérer si tu veux... ») Enfin, le troisième : garantir un meilleur investissement de leur part dans le projet associatif et les fidéliser. En résumé, plus on considère les autres, plus on les fédère.

Concrètement, comment partir des réalités de son public pour penser son projet ?

Réunissez quelques bénéficiaires et faites un tour de cercle en demandant à chacun.e ce qu'il/elle en pense (sans doute que du bien) mais surtout quelles sont leurs journées disponibles ? À quels horaires ? Auront-elles fait garder leurs enfants ou non ? Si non, que prévoir pour les enfants pendant une heure ou deux ? Qui habite loin ? Qui peut être accompagnée ? Et dans le cas contraire, que prévoir pour que le transport soit assuré ? Un/e ou deux chauffeur.es pourraient être mobilisé.es (et s'inscrire dans le budget).

Animer des prises de parole avec des outils d'intelligence collective

« Non, non, donner la parole à tout le monde ne va pas être possible, il y en a toujours qui parlent plus, et d'autres qui ne souhaitent pas s'exprimer, et puis ça va être l'anarchie si tout le monde donne son avis, non, non... » Face aux appréhensions (ou oppositions), la méthode la plus efficace est de proposer des outils concrets. Cela aura l'avantage d'éviter de grands débats (« mais non, mais si, mais je te dis que non, moi je te dis que... »), et d'être très concret.es. Surtout en ce qui concerne la question du genre, si les associations n'y sont guère familiarisées.

Voici quelques outils, simples et efficaces.

- **Faire que tout le monde s'exprime**

Si le groupe est assis en cercle, demander à chacun.e de donner son avis en précisant que si quelqu'un.e ne le souhaite pas, il le dise simplement. Ainsi, la personne qui ne veut pas donner son avis s'exprime quand même en le précisant. Il s'agit que tout le monde ait un temps de parole, même si c'est pour décider de ne pas en user. La différence ? Essayez de demander aux membres d'un groupe : « Qui a un avis ? » Aussitôt, deux observations : généralement, les hommes répondront plus facilement et fréquemment. Ensuite, les personnes timides se tairont. Or, s'il y a un tour de cercle, elles ont d'emblée leur place dans cet espace de parole.

- **Faire que personne ne monopolise la parole**

Rachid ou Rachida sont très sympathiques mais ils prennent sans cesse la parole et surtout... la gardent longtemps. Prévenir les participants, avant le tour de cercle, que l'animateur/trice cadrera chaque prise de parole à 1/2/... minutes pour permettre une juste répartition. On précisera qu'un second tour peut se faire si on sent qu'on a encore des choses à dire (à moins que d'autres les aient déjà dites entre-temps). Prévoir une sonnette agréable (pour éviter le côté « punitif »).

- **Faire qu'on évite les réponses par « oui » ou par « non »**

Poser des questions ouvertes sera plus éclairant pour en savoir plus sur une réalité. Une discussion sera différemment animée si on demande : « Est ce que vous avez toujours un souci de transport ou est-ce que c'est seulement à des occasions précises ou des périodes précises », plutôt que : « Vous avez un souci de transport ? »

À vous d'innover !

Et pourquoi ne pas imaginer vos propres outils, selon le profil de votre association ? Décider par exemple de donner systématiquement la parole d'abord aux femmes, ou en alternant une femme, un homme ? Ou encore imaginer que la personne qui anime la réunion change à chaque réunion ou chaque mois. L'idée est d'expérimenter comment les rôles peuvent s'alterner et que chacun.e s'enrichisse, tout en apportant aussi de ses compétences ou de sa singularité (X. peut être très doux/douce, Y. très dynamique ou Z. très rationnel.le, etc.). Il s'agira de vérifier qu'un groupe peut déployer beaucoup de possibilités, parmi les différences de profil, d'âge, de personnalité, en ne mettant pour autant personne en concurrence.

Pour pratiquer cette question du genre, le **fonctionnement en intelligence collective** est un levier plus qu'utile. Comme son nom l'indique, l'intelligence collective, c'est être plus fort.es ensemble plutôt que chacun.e de son côté, en suivant une méthode de gestion horizontale : le ou la chef.fe ne décide pas seul.e de tout, car il ou elle prend en compte les regards et compétences des divers membres de l'équipe. Le travail se fait donc à partir des connaissances et de l'expérience de chacun.e pour atteindre un objectif commun. Ne pas intégrer toute l'équipe dans cette réflexion et ce changement, c'est perdre une richesse énorme. Il s'agira donc d'écouter (sans avoir l'impression d'avoir plus raison que les autres) les besoins et avis de son équipe autant que ceux des bénéficiaires sur le projet prévu. En partageant les expériences de femmes et d'hommes, votre projet ciblera avec plus de justesse vos futurs publics.

Attention ! *On ne prétend pas que travailler ainsi, en collaboration, est une tâche facile, mais les techniques suggérées ci-dessus faciliteront un fonctionnement plus égalitaire dans la prise de décision avec une garantie plus assurée du résultat visé. Même si cela demande plus de temps.*

2. Tableau d'évaluation et d'indicateurs

Pour savoir si on intègre bien le genre dès la conception du projet, ce n'est pas faire des comptes « mesquins » que d'analyser de très près le fonctionnement d'une association, en matière de genre et de se demander :

- Qui dirige le projet ? Qui prend les décisions et lors de ces décisions, quelle est la part exacte des hommes et des femmes ?
- Quelle est la part de femmes dans le Comité de pilotage (COPI) ? Dans la gouvernance ?
- L'équipe qui met en œuvre le projet est-elle équilibrée en termes d'égalité ?
- Est-ce que les tâches données aux membres de l'équipe sont genrées ? Il arrive encore trop souvent que la part de décision revienne aux hommes, et celle de l'administratif, comme le secrétariat, aux femmes.
- Lors des réunions, qui parle le plus souvent et le plus longtemps ? Lorsque quelqu'un.e parle, est-ce qu'on lui coupe souvent la parole ? Qui coupe la parole à qui ?
- Un tour de cercle est-t-il systématiquement pratiqué pour que chacun.e s'exprime (plutôt que de demander : « Qui voudrait réagir ? », ce qui peut pénaliser les timides, par exemple). En outre, contrôler le temps de parole de chacun.e (on n' imagine pas le nombre de choses que l'on peut dire en deux minutes seulement, ou du moins essayer), est un excellent exercice de communication.

Ces diverses questions se réévalueront en bilan d'étape et des réponses auront peut-être à être réajustées :

- Quelles améliorations apporter ?
- Quels sont les facteurs qui vont favoriser la réussite du projet ?
- Comment entretenir les échanges sur activités et résultats clés du projet avec les principaux partenaires du projet ?
- Comment adapter sa stratégie pour développer la sensibilité au genre dans les interventions ?
- Enfin, comment rester vigilant.es aux remontées de terrain sur des réflexions, pratiques ou comportements sexistes et/ou discriminatoires, et face à ce constat, que faire concrètement ?

PRINCIPE 3

Comment garantir les mêmes possibilités à chacun et chacune et lui permettre de bénéficier d'une action avec le même confort (lieu, horaires, moyens...)

1. Permettre une égale accessibilité au projet aux hommes et aux femmes (si le projet ne vise pas directement les femmes)

Pendant la décennie noire, un agriculteur, agressé pendant la nuit par un groupe terroriste, n'a pas pu protéger sa famille et en a porté longtemps un sentiment de culpabilité. Son rôle de père avait été profondément bafoué, il avait le sentiment d'avoir perdu son honneur d'homme responsable des siens. Il a mis des années à pouvoir raconter ce sentiment de honte à un ami proche et n'aurait pas pu le faire spontanément devant une femme. Il a pensé que seul un homme pourrait comprendre ce que veut dire une dignité bafouée.

Ce qui compte dans cette histoire n'est pas de savoir si son ressenti est juste ou non (bien sûr qu'une femme aurait tout à fait pu comprendre cette situation et cette émotion) mais de prendre en compte le besoin de cette personne : s'adresser à qui ?

Adapter l'équipe aux besoins des femmes

Justement, cet après-midi, dans votre association, une victime de mariage forcé vient pour un conseil juridique. Elle a mis longtemps à oser venir, encouragée par sa sœur et son amie présentes. Les membres qui l'accueillent sont très attentionnés, tous masculins. Malgré leur compétence et leur gentillesse, est-ce que cette victime ne se sentirait pas plus à l'aise face à une femme ? « On connaît notre travail de juriste, on fait attention ! » répondent ces professionnels légitimement, et c'est incontestable. Mais, au-delà de la compétence technique, cette jeune fille aura-t-elle la même certitude d'être entendue et comprise ? Ne risque-t-elle pas de taire certains épisodes, pourtant essentiels pour comprendre sa situation ? Alors un conseil précieux (mais vous y avez sans doute déjà pensé) : ne pas choisir une équipe seulement masculine ou seulement féminine. Le mélange des genres multiplie les compétences par deux ! Ce regard croisé va précisément permettre de mieux préparer son action. C'est pour cela, une fois de plus, qu'il faut vraiment échanger (en réunion interne ou, si vous n'avez pas le temps, par échange téléphonique), avant chaque action, surtout sur des sujets épineux. Encore une fois, mixez les regards, les expériences entre différent.es membres, en demandant, selon chacun.e, ce qui est le mieux dans telle ou telle situation ? Quels sont les arguments, les contre-arguments, etc.

Combien de fois est-il arrivé, dans de nombreuses expériences associatives, que des femmes alertent une direction masculine sur certains points de vigilance sans être écoutées, par manque de temps, d'attention ou de considération pour leur expérience ? Pourtant, au moment du bilan, on entendra : « Mais pourquoi le projet n'accroche pas avec les femmes alors qu'elles disaient en avoir besoin ?! »

Faire une budgétisation sensible au genre

La permanence de conseil juridique aux victimes est ouverte deux matinées par semaine. Comme l'équipe a expérimenté que l'accueil par des femmes était plus rassurant pour les victimes féminines, il a été décidé de consacrer une matinée pour public uniquement féminin et une autre pour public mixte, à la même heure. Votre demande de budget est globale pour ces deux actions. Malheureusement, le soutien financier obtenu ne permet pas de satisfaire cette ambition, et à votre grand regret, la permanence au profit du public féminin sera supprimée ; « Ainsi, personne ne sera ni privilégié ni exclu », a argumenté la direction au final.

Il s'agit là bien d'une inégalité budgétaire. La spécificité du genre n'a pas été prise en compte dans ce projet. Par manque de budget, on va faire des choix qui seront généralement en défaveur des femmes (sans forcément en être conscient.e). Penser d'emblée à intégrer le genre dans la collecte de fonds est essentiel, et c'est d'ailleurs en regardant de près comment se fait la répartition de ces fonds qu'on évalue s'ils renforcent ou diminuent les inégalités entre les sexes.

Ne pas prévoir de suite une partie du budget entièrement dédié à l'égalité femmes-hommes, c'est donc risquer (même malgré soi, on le répète) de générer des inégalités au cours de son action sans pouvoir y remédier par la suite puisqu'il n'y aura plus d'argent à cet effet ! Il faut donc anticiper des moyens suffisants (ressources humaines et financières) pour adopter cette problématique de genre dans tout projet.

Cette permanence d'accueil pour public non mixte, inscrivez-la dans votre budget.

N'ayez pas le réflexe, courant, de vous dire : « Les financeurs vont se dire que deux accueils différents pour notre permanence, c'est trop... Quand on aura les fonds, on se débrouillera pour voir comment on peut diviser ». Au contraire, assumez-le car c'est justifié. Dans votre projet, vous aurez écrit noir sur blanc, de façon très concrète, comment votre expérience de terrain vous a démontré la nécessité de viser deux publics distincts et pourquoi vous y accordez deux lignes de budget différentes.

De même, si vous organisez des groupes de discussion sur un sujet sensible et difficile à aborder en présence d'hommes, prévoyez, dans le budget, d'organiser deux groupes de discussions séparés pour faciliter la parole des femmes, sans exclure celle des hommes. Par ailleurs, si vous réalisez en cours d'action qu'un souci matériel, par exemple, pénalise les femmes et les empêche de participer à vos projets (comme le transport), et que vous avez prévu un budget sensible au genre, alors vous pourrez piocher dedans pour rectifier le tir (par exemple en commandant des taxis ou recrutant un.e chauffeur.e).

2. Tableau de la démarche et des outils pédagogiques pour une égalité d'accès et d'utilisation des services

- Qui utilise les services de l'association (femmes ou hommes ou les deux) ?
Quels sont les groupes cibles ?
Qui sont les bénéficiaires (femmes ou hommes ou les deux) ?
- Les femmes et les hommes ont-ils des besoins différents ?
Si oui lesquels ?
- Les différentes situations des femmes et des hommes sont-elles prises en compte lors de la planification et de la conception des services ?
- Tous les groupes cibles ont-ils accès aux mêmes sources d'information ?
- Qui en profite le plus ?
Quel groupe souffrirait le plus s'il ne pouvait pas utiliser les services offerts ?
- Est-ce que les femmes et les hommes sont aussi à l'aise les un.es que les autres dans les lieux offrant le service (local, accueil, éclairage, accès sans marches, signalisation) ? Par exemple, les toilettes sont-elles sécurisées (portes fermant à clé), la salle de sport dispose-t-elle d'un vestiaire pour les femmes, même si la majorité des usagers sont des hommes ?

PRINCIPE 4

Comment sensibiliser et responsabiliser les hommes à l'enjeu de l'égalité pour les rendre co-acteurs du changement

1. Impliquer également les hommes et les femmes qui travaillent sur ce projet

Identifier les résistances...

La scène se passe en pleine réunion. Vous venez d'expliquer en quoi inclure la question du genre et valoriser la place des femmes est nécessaire pour votre association. Et juste au moment où le café circule, les réactions fusent :

- « Intégrer l'égalité mais pour quoi faire ? C'est déjà le cas : on a des femmes haut placées, regardez Assia, elle est secrétaire générale ! »
- « Nous, nos projets s'adressent à tout le monde, sans exclure personne donc on n'a pas besoin de travailler sur l'égalité. »

Votre proposition suscite beaucoup de réactions. Car interroger la place à accorder aux femmes revient, d'une certaine manière, à interroger le fonctionnement de l'association. Prévoir ces réactions et savoir y répondre est primordial. Le président et certains collègues, même féminines, ont l'air convaincu.es de leurs arguments ? Cela s'appelle des résistances, parfois véhémentes, sincères, de mauvaise foi ou inconscientes.

... et les déjouer (avec temps et méthode)

Pour déjouer des résistances, il va d'abord falloir les anticiper. Et pour cela, avant tout savoir en identifier la cause. Elle peut être simplement due à une incompréhension. De bonne foi, des membres peuvent ne pas comprendre cette réalité, tout simplement parce que souvent, ils/elles croient la connaître mais sans la mesurer, ou en la minorant. Il s'agira, dans un premier temps, d'être pédagogue : démontrer plutôt que de chercher à convaincre, en reprenant les données partagées au début de ce manuel sur les inégalités entre femmes et hommes dans le monde puis en les enrichissant d'informations chiffrées plus locales sur votre région (ville, wilaya...). Il faut poser ce sujet comme un enjeu de justice avant tout et de rééquilibrage des pouvoirs.

On en est au troisième café, et des résistances persistent, malgré ce constat documenté, et indéniable, d'inégalité entre femmes et hommes (les chiffres généralement parlent d'eux-mêmes). « Mais non, pas chez nous... », répond-on en hochant la tête. Tout changement, et qui plus est de cet ordre-là, suscite ces réactions. On est tellement focalisé sur ce que l'on croit avoir à perdre qu'on ne peut imaginer, un seul instant, ce qu'il y aurait à y gagner. Certain.es craignent en effet pour leur pouvoir, leur autorité, d'autres pour leur intérêt personnel. Ou, et c'est très courant, ils éprouvent une peur profonde du changement sans bien savoir pourquoi, dominante car associée à de l'insécurité... « Même si l'association ne fonctionne pas très bien aujourd'hui, en changeant la façon de faire, on sait encore moins comment cela serait demain... ». Le risque n'est conçu que sous son aspect inquiétant, et non expérimental et positif. Il faut donc du temps pour avancer, et de la méthode. Expliquer, documenter, argumenter objectivement sans perdre de vue son objectif : inclure l'égalité, de quelque façon que ce soit.

Susciter de l'empathie (se mettre à la place d'une femme le temps d'un exercice)

Partez de la réalité de ceux et celles à qui vous vous adressez : le quotidien de leur propre mère, sœur, épouse..., par un simple exercice. En cinq minutes, chaque personne de l'équipe doit détailler la journée d'une femme, du réveil au coucher. Le dessin d'une horloge peut faciliter l'exercice, en découpant chaque tranche d'heure par une activité (exemple : 6 h : lever ; 6 h 30 – 7 h 30 : ménage ; 7 h 30 : départ à l'école...). Faites préciser, lors d'une action, qui l'effectue (7 h 30 : café ou petit déjeuner. Qui le prépare ?...).

La consigne peut être légèrement modifiée en soumettant deux cadrans d'horloge qui concerneront l'un la journée d'une jeune fille, l'autre celle de son frère. On pourra aussi demander à chaque homme de décrire sa journée en demandant chaque fois qui est en coulisse (exemple : Je vais me coucher => Qui s'est occupé de faire votre lit ?).

Selon votre public, choisissez la forme de l'exercice qui braquera le moins afin de pouvoir travailler au mieux. Dans un second temps, face à chaque horaire et activités du jour, faites rédiger les impacts en termes d'état physique (ménage => fatigant ? donne des courbatures ?...), d'état moral (plaisant ? agréable ? peu agréable ?), de temps (compter les heures de travail manuel, de disponibilité...).

L'exercice a le mérite d'aborder la question de façon factuelle, concrète, en permettant une certaine identification à des personnes proches (mère, grand-mère, épouse, sœur...) et d'éviter un débat idéologique. C'est à partir de ce temps de décryptage (durant lequel

on laisse la parole circuler en cercle, avec un temps limité) puis du compte rendu de données chiffrées plus globales, qu'il faut alors définir ce sujet comme un enjeu de justice avant tout et de rééquilibrage des pouvoirs.

Chercher un.e allié.e et/ou former des membres de l'équipe (dont des bénévoles)

Faire face à des résistances seul.e, c'est dur ! Repérez qui, lors de réunions ou d'échanges même informels, vous paraît bien sensibilisé.e de façon spontanée dans l'entourage associatif (membres, bénévoles, bénéficiaires). Autrement dit, une personne qui a été tout de suite d'accord avec les questions d'horaires, de transports, de logistique, de confiance en soi, à prendre en compte. N'hésitez pas à la former afin qu'elle organise régulièrement des ateliers de sensibilisation pour le reste de l'équipe et suscite de l'adhésion. S'il n'a y pas (encore) cette possibilité, fournissez-lui des arguments de base (chiffres concernant la réalité des femmes, aux plans local, national et/ou international, toujours éloquentes), et revenez régulièrement sur le sujet. On l'a déjà dit, tout cela prend du temps et adopter une stratégie sera plus efficace.

Nous conseillons surtout et vivement de former au maximum les membres de l'équipe, ainsi que les partenaires du projet, à cette mise en œuvre du genre. Des associations compétentes ou expertes vers qui se tourner existent et partageront des outils pédagogiques.

Veiller à sensibiliser les parties prenantes au genre

Saviez-vous qu'un.e chef.fe de projet investit entre 75% et 90% de son temps dans la gestion des parties prenantes (équipe, bénéficiaires, pouvoirs publics...) ? Car comme pour toute autre activité, les comportements diffèrent selon le contexte, les protagonistes et les enjeux. Il y aura donc les partenaires qui vous soutiennent, d'autres qui préfèrent la neutralité et d'autres encore en opposition constante. Attachez-vous à ceux et celles qui soutiennent votre démarche, en comprenant leurs arguments (certains.es peuvent le faire par principe d'égalité, d'autres parce qu'ils ont compris l'intérêt des bailleurs de fonds sur ce sujet...). Même si les motivations sont différentes, l'essentiel est d'évaluer l'intérêt final pour les bénéficiaires et pour l'avancée de votre objectif.

Comme nous l'avons déjà dit, plus les parties prenantes seront investies, plus le projet sera nourri et les tâches partagées.

Inclure le genre pour garantir plus de paix dans notre société

Enfin, devant le contre-argument le plus souvent avancé face à une proposition de changement de fonctionnement associatif (et sociétal) : « Il y a d'autres priorités », une seule réponse s'impose : « Depuis toujours, les femmes ne sont jamais une priorité, et leur situation ne s'améliore pas. Et si pour une fois, on essayait autre chose ? »

En Algérie comme dans tous les pays du monde, cet état de fait est fréquent : la parole des femmes et la prise en compte des spécificités de leur vie sont peu prises en considération. Pourtant, à l'échelle internationale, il est démontré que lorsque les femmes sont engagées dans des processus de paix, ceux-ci sont plus durables. Elles restent pourtant minorées dans ces négociations, alors qu'elles devraient y être incluses selon une résolution du Conseil de sécurité des Nations-Unies adoptée sur les femmes, la paix et la sécurité².

Écouter et prendre en compte l'expérience des femmes – leur quotidien constituant la meilleure expérience de terrain – a toujours fait avancer les choses. L'espace associatif, reflet de la société civile, en est une importante illustration car y commence l'initiation aux principes démocratiques – soit le partage, la justice et l'égalité.

Si ce manuel insiste beaucoup sur comment « prévenir plutôt que guérir » en matière d'inclusion des femmes dans l'associatif et dans la société de façon plus globale, c'est donc avec cette profonde conviction.

L'**approche genre** est donc une vraie promesse d'un monde meilleur, avec une réelle participation des femmes aux côtés d'hommes. Comme on l'a vu, la meilleure méthode est de faire participer les femmes concernées le plus activement possible, et ce dès la phase préparatoire de l'intervention.

Et, nous y viendrons, d'avoir a minima une parité dans les instances de gouvernance associative, c'est-à-dire présidence, direction, conseils d'administration, responsabilités et gestion de projets...

2- Selon les données des Nations-Unies, les femmes continuent d'être largement exclues des processus de paix et de médiation. En conséquence, les questions d'égalité des sexes sont absentes des nouveaux accords de paix. Et ce, malgré le rôle important que les femmes jouent dans la promotion de la paix, l'instauration d'un dialogue pacifique et la recherche de solutions pour mettre fin aux hostilités dans de nombreux conflits armés. Une étude réalisée en 2012 par ONU-Femmes sur 31 processus de paix ayant eu lieu entre 1992 et 2011, illustre parfaitement la marginalisation des femmes dans ce domaine : seulement 4% des signataires, 2,4% des médiateurs en chef, 3,7% des témoins et 9% des négociateurs étaient des femmes.

Si les femmes ne sont pas à des postes décisionnaires, pourquoi/comment leur situation changerait-elle ?

Quelques astuces pour construire votre argumentaire auprès des réfractaires

- Démarrez la discussion à partir d'une position reposant sur des données sexo-spécifiques.
- Identifiez des alliés internes et externes pour vous soutenir dans vos argumentaires et dans vos projets.
- Lister les arguments formels en faveur de l'égalité : les bailleurs et les institutions ont souvent pour objectif de favoriser l'égalité hommes/femmes. Par exemple, une étude récente du Fonds Monétaire International a montré que la réduction des disparités entre hommes et femmes dans le travail avait des bienfaits à l'échelle globale, en plus de l'augmentation considérable du bien-être (augmentation drastique de la croissance économique, augmentation de la productivité, hausse des revenus masculins).
- Utilisez un langage clair, simple et concret.
- Référez-vous aux engagements (inter)nationaux en faveur des droits des femmes et de l'égalité des genres pour convaincre votre hiérarchie ou votre équipe.
- Appelez-en aux exigences des bailleurs internationaux : parfois, la question financière est la plus convaincante, et là, c'est pour une bonne cause.

Suivi et évaluation d'un projet sensible au genre

L'évaluation de projet permet de voir ce qui a fonctionné ou pas, et si les objectifs et changements ont été atteints. Autre question : ce projet peut-il devenir un exemple à suivre ? S'il a eu du mal, côté bénéficiaires, à impliquer des femmes avec enfants en bas âge à cause d'horaires incompatibles avec leurs contraintes, il sera nécessaire de modifier le programme pour l'adapter à la réalité de ces mères. Si, du côté des membres de l'équipe, peu de candidates postulent à des postes car elles craignent de ne pas avoir assez de compétences, l'association reformulera son annonce en précisant la recherche de personnes avec ou sans expérience.

Pour évaluer l'impact du projet, nous vous proposons ces indicateurs de suivi sensibles au genre :

- Le sujet de l'égalité femmes/hommes fait-il partie des objectifs principaux ou même de discussions en interne ?
- Le personnel bénévole et salarié du projet adhère-t-il à l'utilisation d'une approche incluant le genre ?
- A-t-il une compétence nécessaire dans l'application de l'approche du genre et est-il majoritaire en ce sens ?
- Combien avez-vous d'outils et de procédures créées ou modifiées pour tenir compte de la perspective genre ?
- Quelle est la place allouée pour cette perspective genre dans les rencontres avec les partenaires ?

2. Mon projet est-il sensible au genre ? Auto-évaluation

Afin d'évaluer au mieux comment s'intègre l'approche genre à votre projet, répondez à ces questions, et si la réponse est insatisfaisante, en fonction de votre objectif – défendre le droit des femmes à l'égalité –, prenez en acte pour faire mieux à la prochaine occasion.

Rappelons-nous aussi que les projets se réalisent dans un contexte qui ne permet pas toujours d'avoir toutes les « bonnes » réponses. Par exemple, Il est plus que probable que dans un petit village, il n'y ait pas d'association experte de la question du genre. En attendant l'idéal – être très bien sensibilisé.e, formé.e ou avoir des ressources disponibles –, appuyez-vous sur les fondamentaux de ce manuel, en évaluant ce que vous pouvez faire, dans votre propre environnement, parfois pas à pas. L'essentiel étant de rester déterminé.e et de ne jamais oublier que, quels que soient le délai, les difficultés et les résistances rencontrées, cette perspective d'égalité femmes-hommes à intégrer dans l'associatif doit être un objectif en soi.

Dans la phase d'analyse

- Des indicateurs sexo-spécifiques ont été utilisés pour identifier clairement les différences genrées du problème auquel le projet répond.
- Une enquête exploratoire a été réalisée auprès des femmes bénéficiaires pour identifier leurs besoins spécifiques.
- L'association collabore avec une structure ayant une expertise sur le genre et/ou dispose de personnel formé à ce sujet.

<p>Dans la phase de planification</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les femmes sont autant impliquées (ou plus) que les hommes dans la prise de décision concernant la gestion du projet. • Les services et/ou produits développés dans le cadre du projet sont autant accessibles (ou plus) aux femmes qu'aux hommes, en termes d'horaires, de localisation. • L'équipe qui monte le projet respecte l'égalité des genres en termes de hiérarchie, parité... • Elle est sensibilisée et/ou sensible au genre. • L'équipe et l'organisation a l'expertise pour intégrer l'égalité genre dans le projet ou, en tout cas, en a une volonté réelle.
<p>Dans la phase de mise en œuvre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les effets attendus de l'intervention sur les relations entre les sexes ? Ces effets sont-ils régulièrement analysés ? Une personne est-elle spécifiquement chargée de cette tâche ? • La mise en œuvre du projet intègre-t-elle des différences sexo-spécifiques dans le groupe ciblé ? • Est-ce que l'égalité des genres est un principe conducteur dans toutes les activités ? • Est-ce que les femmes participent au même niveau que les hommes, comme prévu ? • Est-ce que les femmes expriment leur opinion autant que les hommes ? • Avons-nous un système de suivi qui nous permet de bien relever l'activité des femmes ou des discriminations non-intentionnelles ? • Pratiquons-nous une organisation des activités inclusive ? • Y a-t-il autant d'hommes que de femmes qui bénéficient du projet ? <p>Si ce n'est pas le cas : est-ce que le plan d'action a été refondu et des décisions ont-elles été prises pour mieux intégrer les femmes ?</p>
<p>Dans la phase de suivi et d'évaluation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des données de suivi ont-elles été collectées et analysées à l'aide d'indicateurs sexo-spécifiques ? • Le bon objectif a-t-il été fixé dès le départ ? Est-ce que le projet en valait la peine au vu des objectifs réalisés ? • Souhaite-t-on le reproduire ? • Si on réitère le projet, le reproduirait-t-on de la même manière ou avec des modifications ? • Quelles limites de la méthode élaborée ont été identifiées pour mieux intégrer les femmes dans les projets à venir ? • Lors de la mise en œuvre, des adaptations ont-elles été faites pour mieux toucher les publics visés (notamment féminins) ?



INTÉGRER L'APPROCHE GENRE DANS SA GOUVERNANCE

1. Y a-t-il une femme dans l'avion ?

Petit exercice : prenons trois associations locales (dans votre ville ou région) et, malgré la différence de leur mission, action et public cible, comparons leur direction.

- Y-a-t-il une femme dans l'avion ? Oui ? Plusieurs ? Autant que d'hommes ? Oui ? Au même poste ? Avec des responsabilités égales ?
- Autrement dit, les femmes sont-elles également aux commandes ? Qui prend les décisions dans votre association, à quel moment et sur quel sujet ?
- Les femmes sont-elles impliquées dans les réunions décisionnelles ? Y participent-elles ? Proposez-vous de la même façon à tout le monde d'y participer ?
- Les décisions sont-elles prises seulement lors de ces réunions et l'information circule-t-elle auprès de tout le monde ? Certaines associations avancent que leur mode de décision implique autant les hommes que les femmes et que, justement, des réunions hybrides sont organisées, via zoom ou en présentiel pour que tout le monde y participe. Mais n'est-il jamais arrivé que des échanges, même informels, se poursuivent après la réunion ou le lendemain amenant à de nouvelles décisions, excluant ainsi certaines personnes de l'information ?

Pour éviter ce mode discriminatoire, même involontaire, la partie suivante explique comment mettre en place un système décisionnel et une gouvernance équilibrée entre les hommes et les femmes.

Dans un premier temps : savoir établir des principes de gouvernance avec l'approche de genre. Dans un second temps, identifier les moyens d'atteindre ces objectifs, soit intégrer le genre dans les processus et instances de gouvernance. Enfin, quelques pistes seront données pour faciliter la participation des femmes à l'associatif d'un point de vue logistique ainsi que des outils pour prévenir et mettre un terme aux violences sexistes et sexuelles au travers de deux leviers : la réglementation et la sensibilisation.

Pourquoi intégrer l'approche genre dans sa gouvernance ?

Parce que la gouvernance est le nœud central de l'égalité des femmes et des hommes. Travailler sur une gouvernance égalitaire, c'est participer à briser le plafond de verre féminin. Ce champ cristallise, en effet, les inégalités hommes/femmes. Dans combien de grandes associations, alors que le personnel est majoritairement féminin, le directeur est un homme ? L'organisation du travail est masculine car il existe une culture masculine de l'organisation et des stéréotypes du leader masculin.

Identifier les femmes sur les postes clefs et décisionnels

Vous rencontrerez plusieurs obstacles, et pour chaque obstacle que nous avons identifié, nous vous proposerons des solutions :

- **Les mentalités en interne et en externe** : vous devrez agir sur les mentalités, et pour cela nous vous conseillons de la pédagogie (comme vu précédemment) ainsi qu'un plan de communication pour convaincre les personnes réfractaires.
- **L'auto-censure des femmes qui les empêche de postuler** : vous pouvez mettre en place des quotas de présentations pour les élections aux postes décisionnels.
- **La différence de confiance en soi des hommes et des femmes** : vous devrez booster la confiance en soi des femmes, notamment par des formations d'*empowerment* féminin.
- **Les spécificités de la vie des femmes** : vous ne pourrez pas agir directement sur ce plan, mais en tenir compte dans votre organisation du travail et l'indiquer dans vos fiches de poste.

Former le personnel

Si vous souhaitez vraiment devenir un modèle de structure engagée pour l'égalité, vous devrez former et sensibiliser tout votre personnel. Sinon vous risquez de vous retrouver avec une partie de votre équipe très impliquée sur ces sujets et, en face, des personnes réfractaires ou maladroitement, ce qui serait contre-productif. Plusieurs associations/fondations organisent ce type de formation. Vous pouvez vous adresser à elles ou bien mener ces formations en interne en demandant au ou à la Responsable Égalité de votre structure d'organiser ces temps de formation. Cette personne pourra organiser des formations sur différents sujets : la prévention des violences sexistes et sexuelles au travail, la déconstruction des discours sexistes, les bénéfices de l'égalité hommes/femmes au travail, etc.

Pour arriver à intégrer l'approche genre dans la gouvernance, sans pour autant ajouter une charge de travail seulement aux femmes de l'association, il est important de faire en sorte que les hommes participent activement aux formations égalité et qu'elles soient inscrites comme une obligation dès leur arrivée dans l'association.

Travailler sur l'estime de soi des femmes impliquées

Nous ne le dirons jamais assez : être une femme, c'est avoir été éduquée à manquer de valorisation, donc d'estime et de confiance en soi. Les femmes ne sont pas habituées à être attendues sur des postes valorisants ou à forte responsabilité. Donc si vous souhaitez

mettre des femmes sur ces postes-là, vous devrez auparavant les y encourager. Vous pouvez proposer des formations obligatoires et régulières en leadership et en estime de soi à toutes les femmes membres de l'organisation pour augmenter les chances de les voir candidater aux postes importants. Cette notion de plafond de verre, déjà abordée dans ce manuel, est très importante pour comprendre à quel point il est essentiel d'instaurer des mesures pour favoriser voire impulser l'accès des femmes aux postes décisionnaires.

Quelques leviers pour travailler sur l'estime de soi et fidéliser vos membres féminins

- Organiser des formations sur l'*empowerment* féminin pour faire mesurer sa valeur
- Remercier systématiquement un travail effectué et en souligner la qualité
- Donner des responsabilités aux femmes membres de votre association
- Demander aux hommes de faire les mêmes tâches auxquelles on les cantonne (rangement, ménage, administratif...)
- Recueillir régulièrement leur avis et le prendre en compte

Favoriser la levée des freins logistiques à leur participation

Les femmes cumulent souvent plusieurs travaux, entre leur travail rémunéré, le travail domestique à la maison et leur travail de bénévole. Veillez néanmoins à impliquer tous les membres de votre équipe de la même manière car une réunion qui serait en distanciel pour les femmes et en présentiel pour les hommes (par exemple pour permettre aux femmes de rentrer chez elles avant la tombée de la nuit ou avant la fin des derniers transports) peut-être carrément contre-productive. Dans beaucoup de cas, les hommes prendront les décisions une fois la réunion en visio-conférence terminée et les femmes de l'association auront eu l'impression de perdre leur temps et de ne pas être considérées. La question des transports est une question que vous devrez systématiquement vous poser et poser aux femmes de votre association.

La question du lieu de réunion est aussi très importante : certaines associations peuvent se trouver dans des lieux excentrés. Est-ce que le chemin des femmes pour arriver dans vos locaux est sans danger ? Vos lieux de réunion/travail sont-ils systématiquement équipés de toilettes ? Si ce n'est pas le cas, vous excluez

les personnes menstruées qui ne pourront pas venir de peur de ne pas pouvoir changer de protection hygiénique. Est-ce que dans vos toilettes on peut trouver des protections hygiéniques ? Si ce n'est pas le cas, installez des distributeurs de protection hygiénique, les femmes comprendront le message, qu'elles n'ont pas avoir honte d'elles.

Si votre organisation a les fonds nécessaires, la prise en charge des modes de garde des enfants est un moyen d'agir de manière concrète et quotidienne pour réduire les inégalités entre femmes et hommes et d'assurer aux mères la possibilité de poursuivre leur carrière. Dans un territoire où les crèches sont peu nombreuses, la mise en place d'une crèche privée pour les salarié.es parents, la désignation d'une salle comme salle d'enfants, ou la prise en charge des frais de garde sont des leviers très importants.

Pensez à tous les éléments qui pourraient faire en sorte d'améliorer les conditions de travail des femmes dans vos lieux de travail.

Prévenir et stopper les violences sexistes et sexuelles (VSS)

Votre association prévoit-elle des dispositifs en cas de violences sexistes ou sexuelles commises en son sein ? Y avez-vous déjà pensé ? Mettre fin aux violences sexistes et sexuelles est une obligation qui doit être fixée dans les statuts de l'association, et pensée en amont des violences pour les prévenir. Sinon vous pourrez vous retrouver dans une situation d'impasse car les outils de réaction et de protection des victimes n'auront pas été créés en amont des violences. Cette réflexion est une responsabilité conjointe de la direction et des structures de gouvernance. L'expression « violences sexistes et sexuelles » (VSS) regroupe plusieurs types d'agissements sexistes, commis en général envers les femmes parce qu'elles sont des femmes. Le harcèlement, les violences verbales, les attouchements, les agressions sexuelles, les viols constituent autant de violences sexistes et sexuelles. Elles peuvent donc être de nature physique, sexuelle, émotionnelle, sociale, psychologique. Il s'agit d'une violation des droits humains encore trop courante dans le monde et dans tous les milieux, notamment professionnels. Ce n'est pas parce que vous faites partie d'une association que ces violences n'existent pas, elles existent partout et en tout temps et il est de votre devoir de les prévenir et de lutter contre ces violences si vous souhaitez promouvoir un modèle d'égalité hommes/femmes.

Comment prévenir les violences sexistes et sexuelles et y mettre fin dans le cadre professionnel ?

Par la réglementation

- Statuer sur les comportements à proscrire (remarques discriminatoires, insultes, gestes déplacés, violences physiques...).
- Faire signer une charte contre les violences à tous les membres de la structure.
- Pénaliser les comportements sexistes.
- Réagir et systématiser les réactions en cas de violence (verbale, psychologique, physique).
- Mettre en place un comité de lutte contre les violences sexistes et sexuelles, chargé de la mise en place des protocoles de protection, éventuellement aussi en charge de la formation (selon les moyens à disposition de l'organisation).
- Mettre en place un protocole spécifique en cas de violences sexistes et sexuelles à l'intérieur de l'organisation, parmi les membres, les publics ou toute partie prenante de l'association.
- Faire des rappels à l'ordre réguliers sur le sujet.
- Être irréprochable et avoir une politique de tolérance zéro pour les VSS en interne en allant plus loin que la législation en vigueur (bien que le harcèlement sexuel soit passible de deux mois à un an de prison et cinq mille dinars d'amende)

Par la sensibilisation

- Sensibiliser, réaliser un travail de formation et de déconstruction pour faire comprendre l'impact des violences.
- Développer l'affichage de la réglementation sur les lieux de travail.
- Identifier une personne-relais pour recueillir les témoignages et une référente pour responsabiliser le groupe et modérer les réunions.

2. Oser repenser la gouvernance

Quelques pistes...

... en gardant en mémoire qu'il est plus facile de trouver du soutien pour des projets en faveur des femmes que de défendre leur place dans des postes décisionnaires.

Revoir les statuts

Supposons que le président de l'association du village aimerait se rapprocher de la parité, mais ses statuts datent de vingt ans...

Des statuts peuvent toujours être revus lors d'une assemblée générale extraordinaire. Y inscrire l'égalité des genres comme une des valeurs de l'association peut se décliner de nombreuses manières, en listant, à partir des retours, tout ce qui concerne particulièrement les femmes et peut freiner l'égalité.

Donc, osons, osez...

- L'obligation de parité dans les statuts est aujourd'hui le moyen le plus efficace de garantir aux femmes l'accès aux postes décisionnels, à tous les niveaux (direction, bureau, conseil d'administration, comités, groupes de travail...)
- Un salaire égal pour un travail de valeur égale
- Un aménagement des horaires (comme déjà vu)
- Une prise en compte de la question des transports
- Une prise en compte de l'emploi du temps, des contraintes familiales

Alterner les modes de gouvernance

Il existe un moyen pour favoriser l'accès à toutes et tous aux responsabilités. Mais il est difficile (pas impossible) à mettre en place car il demande un vrai changement de mentalité : repenser les règles de gouvernance. Par exemple : proposer dans les instances de décision des mandats plus courts. La forme de la présidence peut aussi être reconsidérée : ainsi, au lieu d'un ou d'une président.e, il est possible de mettre en place un pouvoir collégial, une co-présidence mixte ou encore d'alterner un et une président.e d'une année sur l'autre. Un mandat dont les responsabilités sont partagées intimidera moins les femmes élevées depuis l'enfance à « ne pas avoir le droit de... ». Si un cadre et un contexte aménagent une place de reconnaissance valorisante – ce que représente l'égalité –, alors des compétences émergeront. Cette question du plafond de verre, déjà évoquée – c'est à dire cette forme d'auto-censure, de doute de ses propres capacités alors qu'on en a le désir et la compétence – est à garder sans cesse à l'esprit.

Réinventer des règles pour mieux-vivre ensemble (et revoir le règlement)

Le règlement intérieur vise à préciser et compléter les statuts de l'association. Il n'est pas nécessairement figé et peut donc se modifier selon les besoins qui émergent. Il y a plusieurs années, la question de l'égalité entre femmes et hommes dans le fonctionnement associatif n'interpelait personne... Aujourd'hui, le sujet s'impose et peut être confirmé dans le règlement intérieur, par exemple en interdisant et pénalisant les propos, attitudes et comportements discriminatoires.

Les conseils suggérés dans la partie précédente (tour de cercles et répartition de la parole, prise en compte des diverses réalités de genre...) peuvent devenir des règles intérieures. En effet, on peut tout à fait acter, de façon formelle, l'équilibre de temps de parole entre hommes et femmes à deux minutes chacune, avec un chronomètre, en trouvant une forme légère à cette règle, comme une sonnerie sympathique de portable. Cela évite l'aspect trop protocolaire et austère, mais pose néanmoins un cadre. De même, tout ce qui vous a été remonté du terrain de la part des équipes et des bénéficiaires sur l'inadéquation des horaires ou la difficulté logistique peut poser les bases de modalités de fonctionnement que le règlement officialisera. De façon officielle, il serait décrété que l'association garantit le transport à toute bénévole féminine éloignée du local, et garanti que toute réflexion ou geste déplacés seront rapportés à la direction et sanctionnés, etc.

Chaque association trouvera sa propre forme, ses propres règles, avec ce même but commun : assurer l'égalité et le confort des femmes dans le cadre associatif.

Mieux animer une réunion sur l'égalité

Afin de faciliter l'animation d'une réunion sur ce sujet, avec l'appui de principes d'intelligence collective, se répartir les tâches en trois rôles peut beaucoup aider :

- **Coordinateur/trice** : il ou elle prépare l'ordre du jour de la rencontre, consulte les participant.es pour planifier la réunion en fonction de leurs disponibilités, les convoque, réserve un lieu adapté et veille à disposer du matériel nécessaire. C'est le/la coordinateur/trice qui doit s'assurer que les femmes peuvent participer, notamment en leur demandant quel mode de réunion elles préfèrent (distanciel ou présentiel ?), quels horaires leurs conviennent et si elles ont des besoins spécifiques pour se rendre à la réunion (question des transports, etc.) Enfin, il ou elle recueille les procurations des absent.es.

- **Animateur/trice** : c'est lui ou elle qui distribue la parole, veille au respect de l'ordre du jour et recadre les personnes lorsqu'elles occupent trop le terrain. C'est lui ou elle qui peut chronométrer les temps de parole.
- **Secrétaire** : il ou elle prend des notes et transmet un compte rendu objectif de la rencontre.

Bien sûr, à la lecture de ce manuel, il n'est plus nécessaire de vous recommander d'impliquer des femmes dans chacune de ces missions afin qu'elles puissent prendre du pouvoir (*empowerment*), de la visibilité et développer une attention particulière à toutes celles investies dans le travail associatif.

Créer une charte de l'égalité (plutôt qu'imposer, se mettre d'accord)

Pour intégrer l'approche dans votre gouvernance, créer et faire signer une charte d'égalité facilitera la tâche : elle proposera des règles à suivre, spécifiques à votre association et à ses enjeux, afin de garantir une parité dans la gouvernance. À partir des problématiques identifiées au cours des échanges et des expériences, listez les solutions et propositions avancées. Quelle chaîne va se former ? Qui recueille les éventuelles doléances ? À qui les transmettre et quelle en sera la suite ? C'est ce processus que vous établirez vous-même qui sera rédigé sous forme de charte et signé ensuite par les membres de l'association.

Désigner un.e référent.e sur la question du budget spécifique au genre

Money, money, money = égalité pour les femmes ! « Parce qu'elles le valent bien », comme dit une certaine publicité, le budget spécifique au genre peut prendre plusieurs formes : qu'il soit géré par un ou une responsable de l'intégration de l'approche genre qui y veille, ou que l'équipe s'en saisisse à chaque projet afin de vérifier que l'approche genre y est intégrée, et si ce n'est pas le cas, que le budget serve à favoriser cette intégration.

Si votre structure en a les moyens, elle peut créer un poste de Responsable Égalité pour que cette personne chapeaute le suivi de votre politique d'égalité. Sa mission : porter attention à l'évolution des postes en fonction du genre des employé.es, veiller au bon respect du règlement et des statuts, etc.

Cependant, même sans moyens financiers, une personne volontaire pourra se charger de ces questions. Si elle est formée ou sensibilisée de la façon la plus concrète possible,

elle saura observer d'éventuels dysfonctionnements et en rendre compte. Il est toutefois nécessaire que soit bien clair pour toute l'association à qui est confié ce poste d'observation et de responsabilité, et surtout qui, se chargera après de la suite à donner.

Formaliser un plan d'action « genre »

Pour que ce plan d'action soit partagé par le plus grand nombre, nous vous conseillons d'intégrer un maximum de personnes dans ce travail. Lorsqu'un travail est collectif, il est plus simple pour le groupe de s'en saisir et de s'en sentir responsable. Pour créer ce plan d'action nous vous invitons à :

- Créer des groupes de travail sur les actions à décliner sur chaque pôle (communication, organisation interne, ressources humaines (RH), projets...).
- Pour chaque groupe de travail, définir des objectifs et indicateurs. Vous pourrez vous inspirer des tableaux mis en annexe en fonction des groupes de travail que vous formerez.
- Une fois le plan d'action défini, communiquez auprès de toutes les parties prenantes : les hommes et les femmes impliqués dans ce processus, les autres salarié.es de l'association, vos financeurs (vous pourrez les mettre en avant lors de vos prochaines réunions ou demandes de subventions), et vos partenaires à qui vous pourrez proposer des formations obligatoires afin de vous assurer de travailler avec des personnes qui partagent vos ambitions en termes d'égalité.

IV.

INTÉGRER L'APPROCHE GENRE DANS SA COMMUNICATION

Imaginons que lors d'une conférence, on dise : « Chers personnalités du Maghreb, chers Marocains, chers Tunisiens, bienvenue... ». De toute évidence, toute une partie de l'assemblée serait indignée. Et nous les Algériens, on ne fait pas partie du Maghreb peut-être ?! La langue et le vocabulaire rendent toujours compte d'une représentation du monde.

Inclure les femmes dans ses discours

Lors des salutations, d'une présentation, d'un discours, dans un rapport ou une plaquette d'information, ne pas citer une partie de la population revient à en nier l'existence. À l'inverse, l'inclure, c'est la rendre visible et la valoriser. Est-il juste, par exemple, de dire que « nous sommes tous responsables de l'éducation de nos enfants », quand il est démontré que les mères de famille sont les principales impliquées sur cette question, au lieu de préciser : « Nous sommes tous et toutes responsables... ». Par une seule petite phrase, toute une partie des personnes concernées sont intégrées dans une réalité incontestable, si c'est explicitement dit.

Une politique d'égalité au sein de votre association s'accompagne nécessairement de codes de communication devant être genrés. C'est ainsi que votre association sera cohérente et inspirante. Dans l'idéal, au risque de se répéter, toutes les personnes impliquées dans l'association devraient être sensibilisées. Dans la réalité, et encore au risque de se répéter, toutes les personnes repérées comme alliées potentielles doivent aussi l'être.

Côté supports visuels : étudions ensemble votre documentation, si vous en avez une (si vous n'en avez pas, ces recommandations vous guideront pour leur future conception). Sur la plaquette, les flyers, la communication sur réseaux sociaux ou le site Internet, qui apparaît sur les photographies ? Dans quelle fonction ? Quel événement ? Est-ce que les hommes et les femmes y sont représenté.es ? Y-a-t-il autant d'hommes que de femmes sur les photographies ? Au même plan ? Les femmes y sont-elles actives ou passives ? Sont-elles en train de réaliser des tâches dites féminines (prendre soin des enfants, s'occuper du rangement et de l'installation de la pièce, de distribution de nourriture...) ? Ou valorisées par la société (sauvetage de personnes, tenue d'un stand, prise de décision...) ?

Côté rédactionnel (textes de la documentation), analysons les adjectifs utilisés pour décrire les un.es et les autres. Renvoient-ils au genre des personnes représentées, en parlant par exemple « d'audace pour Monsieur Salim » et de « patience pour Madame Selma », « d'entreprenant et ambitieux », et de « consciencieuse et dévouée » ? Attention en effet à l'utilisation de ces adjectifs stéréotypés. De la même manière, vous pouvez bannir les dictons courants mais sexistes comme « l'homme de la situation » ou « derrière chaque grand homme se cache une femme ».

Enfin, vos supports de communication sur les événements organisés s'adressent-ils à tous et toutes ? Une autre question : lors de ces événements, qui prend la parole pour présenter l'association et ses actions ? Et qui la prend en premier ? Lorsqu'il y a un débat organisé, les intervenant.es sont-ils mixtes ? Sur tout sujet ?

Utiliser un langage sensible au genre

On ne répétera jamais assez : le langage n'est pas neutre, et une attention doit y être portée, particulièrement sur le sujet du genre. En effet, le langage peut participer à faire évoluer les représentations. Les textes faisant référence ou s'adressant aux femmes et aux hommes doivent rendre compte de chacun et chacune de façon visible.

À chaque fois que vous faites une publication, pensez à alterner une femme, et un homme. Faites bien attention, lorsque vous les mentionnez, à ne pas utiliser d'attributs stéréotypés tels que « Madame Khelifa » pour parler de la cheffe de projet et « Monsieur le directeur Merabet » pour parler d'un homme. Veillez à bien utiliser le même type d'attribut ou à qualifier tout le monde par son nom et prénom puis par sa fonction. Vous pouvez appliquer ces règles pour les formulaires, les documents, les textes sur l'Intranet et Internet, la publicité pour des événements, les dépliants, les affiches et les matériaux de sensibilisation, etc.

L'écriture inclusive (exemple : les professionnel.les) participe de cette même démarche. Ce qu'on lit fait exister ce qui est généralement discriminé, le genre féminin.

Plusieurs pistes pour le faire :

- Accorder les noms de métiers, titres, grades et fonctions avec le sexe des personnes qui les occupent. Exemple : président/présidente (choisir de citer un métier uniquement au masculin ou au féminin renforce les stéréotypes de genre).
- Adopter la règle de proximité qui consiste à accorder l'adjectif en genre et en nombre avec le dernier nom, qu'il soit féminin ou masculin, singulier ou pluriel. Exemple : les hommes et les femmes étaient toutes concentrées. Ou bien les femmes et les hommes étaient tous concentrés.
- Utiliser le doublet les chercheurs et les chercheuses, celles et ceux.
- Utiliser des formes abrégées, bien qu'elles puissent rendre plus difficile la lecture. On dira les enseignant.es, chercheur/euses, au lieu de dire les enseignants et enseignantes chercheurs et chercheuses.

- Une bonne solution si vous peinez à l'exercice de l'écriture inclusive consiste à utiliser une formulation neutre en employant des formes qui ne varient pas selon le genre et désignent aussi bien les femmes que les hommes. Ainsi, au lieu de « tous et toutes », on préférera « tout le monde », « le personnel », « la population »..., les noms dits épïcènes (c'est-à-dire qu'on n'identifie ni comme féminins, ni comme masculins), comme « les élèves », « les bénévoles », « les publics ».

Proposer des images (photos, illustrations...) à l'encontre des stéréotypes

Beaucoup de questionnements dont les réponses conduisent à rectifier sa communication pour la rendre égalitaire sont nécessaires . Parce que la question de la représentation est cruciale. Rappelez-vous : « Ce qui ne se voit pas ou ne s'entend pas ne compte pas... ». L'image véhicule de façon puissante des stéréotypes (médias, publicité, films, vidéos ou clips musicaux...). Si un enfant a vu dans son livre d'école le dessin d'une « maman qui fait la cuisine » pendant que « Papa travaille », il ne peut imaginer que cuisiner est un travail, quoique domestique, mais il a, en revanche, intégré la notion d'intérieur, plutôt dévalorisante (pour la femme qui ne « rapporte » rien), et d'extérieur, valorisée (pour l'homme qui a un métier et gagne de l'argent). Nous sommes donc responsables de l'image de notre association. Représenter la figure féminine de façon puissante, efficace et en rapport avec la réalité associative fait passer un message efficacement.

Donc, veillez aux places des hommes et des femmes sur les photographies ou illustrations (à l'avant, à l'arrière, à côté, dans une position supérieure /inférieure, petit.es, grand.es, etc.), aux activités exercées, aux espaces occupés, aux vêtements portés, aux expressions sur leur visage (bonheur, colère, attention, etc.), autant d'éléments vecteurs de clichés. La plupart du temps, dans de nombreux supports outils de communication (partout dans le monde...), les femmes sont représentées dans des rôles de passivité, alors que ce sont pourtant elles qui organisent les événements, mettent en place tout le matériel et s'assurent de l'accueil.

Ces représentations sont éloignées de la réalité et ne valorisent pas les femmes de votre association. Nous vous invitons à mettre en avant des modèles de rôles de femmes fortes, à l'image de celles que vous connaissez (mères, sœurs, amies...). Les femmes sont motrices du changement: démontrez-le dans les histoires que vous racontez en images. Par exemple, en mettant en avant des femmes qui travaillent entre femmes, pour prouver que leur collaboration est possible, sans cette rivalité légendaire, et qu'elle a une grande efficacité. Si vous avez des supports audios, introduisez des voix de femmes.

Pour avoir une vigilance constante...

- Visibiliser les femmes et les minorités de genre.
- Renverser les stéréotypes de genre et bousculer les rôles genrés (toutes vos campagnes de communication doivent avoir des objectifs qui intègrent une perspective de changement de rapport entre les genres).
- Tenir compte des besoins et des attentes des hommes et des femmes à qui vous vous adressez au sein de la structure.
- Mettre toujours des indicateurs sexo-spécifiques dans vos documents pour que les membres de l'association puissent évaluer le travail qui reste à faire en termes d'égalité, car il subsistera des inégalités de genre malgré le travail que vous aurez fourni.
- Faire relire tous les documents par la personne chargée du genre dans votre structure pour vous assurer d'œuvrer pour l'égalité de genre, s'il y en a une.

Rendre visibles les inégalités de genre par les données sexo-spécifiques

Pourquoi ne pas se servir de la communication pour partager les informations sur les inégalités de genre ? Celles-ci peuvent être explicitement décrites dans votre communication et servir d'arguments difficilement réfutables de vos actions. Vous pouvez utiliser des données chiffrées ventilées par sexe, ou simplement mentionner les disparités et inégalités de genre spécifiques aux thématiques sur lesquelles vous travaillez. Excellent moyen de (dé)montrer à quel besoin vous répondez, et comment vous défendez l'égalité dans vos projets ainsi que l'impact que cela a sur les bénéficiaires.

Enfin, intégrer l'approche genre dans l'organisation et la communication événementielle

Demain, c'est le jour J. du grand événement ! Vous êtes plutôt serein.es parce que vous avez écarté tout élément qui pourrait empêcher la participation des femmes, membres de l'association ou bénéficiaires du projet.

Vous avez, en effet :

- Constitué une équipe-projet dont la composition est équilibrée.
- Veillé à ne pas donner des fonctions d'exécutantes aux femmes et décisionnelles aux hommes.
- Bien partagé entre les unes et les autres les responsabilités.
- Évité de genrer les tâches : les femmes ne sont pas les seules à aménager l'espace, assurer l'accueil, le service, et ranger ; les hommes n'ont pas le monopole des présentations orales, des discussions et débats.
- Été très vigilant.es dans le choix du jour et de l'heure pour ce jour J. S'il a lieu durant les vacances scolaires, vous avez prévu qu'Hamid aille chercher chacune des femmes impliquées à leur domicile, et que cela ne coïncide pas avec les horaires de garde d'enfants.

Voilà, vous êtes maintenant bien outillé.es, et n'avez plus besoin de ce manuel.

Passez-le à une autre association, partagez-le pour essaimer cette culture de l'égalité.

TABLEAU D'AUTO-ÉVALUATION : MA COMMUNICATION EST-ELLE SENSIBLE AU GENRE ?

<p>Dans la stratégie de communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'équipe en charge de la communication est-elle composée de femmes et d'hommes ? • Les personnes de l'équipe détiennent-elles une expertise spécifique liée au genre ? Si ce n'est pas le cas, des femmes ou des organisations sensibles au genre ont-elles été consultées dans l'élaboration de la stratégie et les actions de communication ? • Existe-t-il un budget dédié à l'intégration de l'approche genre dans la stratégie de communication ? • Une réflexion préalable visant à prendre en compte l'approche genre est-elle systématiquement initiée pour chaque action de communication ? • La dimension de genre est-elle systématiquement prise en compte dans l'élaboration de vos contenus ? • Utilisez-vous les statistiques sexo-spécifiques ?
<p>Dans l'imagerie utilisée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vos visuels représentent-ils autant de femmes que d'hommes ? • Y-a-t-il autant de femmes que d'hommes qui s'expriment dans vos différents supports de communication ? • Les visuels employés par votre association à travers sa communication valorisent-ils autant les femmes que les hommes ? <ul style="list-style-type: none"> ◦ Ces femmes sont actives, et exercent des fonctions non stéréotypiques ◦ Elles n'ont pas toutes la même couleur de peau ◦ Elles viennent de régions différentes ◦ Elles n'ont pas toutes le même âge ◦ Elles ne correspondent pas toutes aux canons de beauté actuels • Les hommes et les femmes sont représentés de manière équilibrée <ul style="list-style-type: none"> ◦ Dans les espaces qu'ils et elles occupent ◦ Dans le temps qu'ils et elles occupent ◦ Dans les tenues qu'ils et elles portent ◦ Dans les plans sur lesquels ils et elles sont représentés.

<p>Dans le contenu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les messages de vos publications et de vos campagnes s'adressent-ils tant aux femmes qu'aux hommes ? • Des données ventilées par genre sont-elles utilisées ? • L'objectif de lutte contre les inégalités est-il explicité ? • Quels sont les sujets abordés par les femmes et les hommes dans les visuels de l'association ?
<p>Dans le langage</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une méthode égalitaire est-elle utilisée pour énumérer les personnes ? • Accordez-vous tous les noms de métiers ? • Utilisez-vous l'écriture inclusive, le doublet ou l'ordre alphabétique pour parler de femmes et d'hommes ? • Utilisez-vous systématiquement des noms, adjectifs et pronoms épiciènes ? • Utilisez-vous des formulations neutres dès que cela est possible ? • Une attention a-t-elle été portée au vocabulaire et aux adjectifs utilisés selon le genre des personnes
<p>Dans l'organisation d'événements</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prenez-vous en compte les impératifs liés à la vie familiale dans le choix de la date et de l'horaire de vos événements ? • Dans les événements organisés par votre association, quels rôles occupent les femmes et les hommes (accueil, prise de notes, intervention, préparation du café...)? • Constatez-vous des différences entre les rôles tenus par les femmes et les hommes dans les événements organisés par votre association ? • Vos événements/conférences comptent-ils autant de femmes que d'hommes parmi les personnes intervenantes ? • Vos événements/conférences comptent-ils autant de femmes que d'hommes parmi les participant.es ? • Est-ce que vous vous assurez que la parole soit équitablement répartie entre les femmes et les hommes lors de vos événements ? • Qui anime les débats ? Des femmes ? Des hommes ?

V.

.....

ANNEXES

Pour agir sans nuire, le principe du « do no harm »

Le principe du « do no harm » – qui signifie « Agir sans nuire » – est issu du Serment d'Hippocrate, que prêtent les médecins avant de commencer à exercer. Depuis les années 1990, ce principe est utilisé, au-delà du champ médical, dans l'aide humanitaire, en partant du constat que, parfois, les interventions des pays occidentaux dans des pays en situation de conflits ont l'effet inverse de celui souhaité et nuisent à la population. Autrement dit, on veut aider et on ne fait que rendre la situation plus compliquée si on ne considère pas les spécificités du pays, du contexte, des populations... Si on ne sait pas écouter et décrypter avant tout, les projets les plus louables peuvent entraîner des conséquences négatives sur les personnes, l'environnement et l'économie.

Ce principe d'« agir sans nuire » repose donc sur un élément majeur : pour anticiper les échecs, il est nécessaire de bien étudier en amont le milieu d'intervention et d'adapter le projet avant de le mettre en place.

Petit rappel de méthode pour développer un projet et veiller à la dimension genre

- **Analyser et penser sa stratégie** : identifier les problèmes auxquels le projet répond, et leurs causes.
→ *veiller à relever les discriminations liées au genre*
- **Planifier** : fixer l'objectif, les moyens nécessaires pour l'atteindre et trouver les financements.
→ *veiller à prévoir des activités/matériels pédagogiques égalitaires et inclusifs*
- **Mettre en œuvre et assurer le suivi** : le projet tel qu'il a été planifié fonctionne-t-il ?
→ *veiller à la prise en compte des potentielles discriminations subies par les bénéficiaires, prévues ou imprévues*
- **Évaluer les résultats** : l'objectif est-il atteint ?
→ *veiller à identifier si l'impact du projet est différent selon les femmes ou les hommes*

Attention à bien garder en vision

L'objectif global (but général) ➔ *réduire les violences faites aux femmes*
L'objectif spécifique (action) ➔ *lutter contre le mariage forcé*

IMPRESSION

Friedrich-Ebert-Stiftung | Bureau Algérie
Rue colonne Voirol | 21 rue El Imam El Ghezali | El Mouradia, Alger
<https://algeria.fes.de>

Commande de publications :
info@fes-algeria.org

Version originale, Friedrich-Ebert-Stiftung (2023) :
<https://algeria.fes.de/publications>

Relecture : **Amel Lafif-Jedidi**
Design et mise en page : **Studio Graphèmes**

L'utilisation commerciale des médias publiés par
la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) est interdite
sans autorisation écrite de la FES

ISBN : 978-9931-551-33-1



INTÉGRER LE GENRE POUR LES ORGANISATIONS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

Réponses pratiques à des questions essentielles

- Qu'est-ce que l'approche genre ?
- Comment intégrer l'approche genre dans les projets ?
- Comment intégrer l'approche genre dans sa gouvernance ?
- Comment intégrer l'approche genre dans sa communication ?

Plus d'information sous ce lien :
<https://algeria.fes.de>