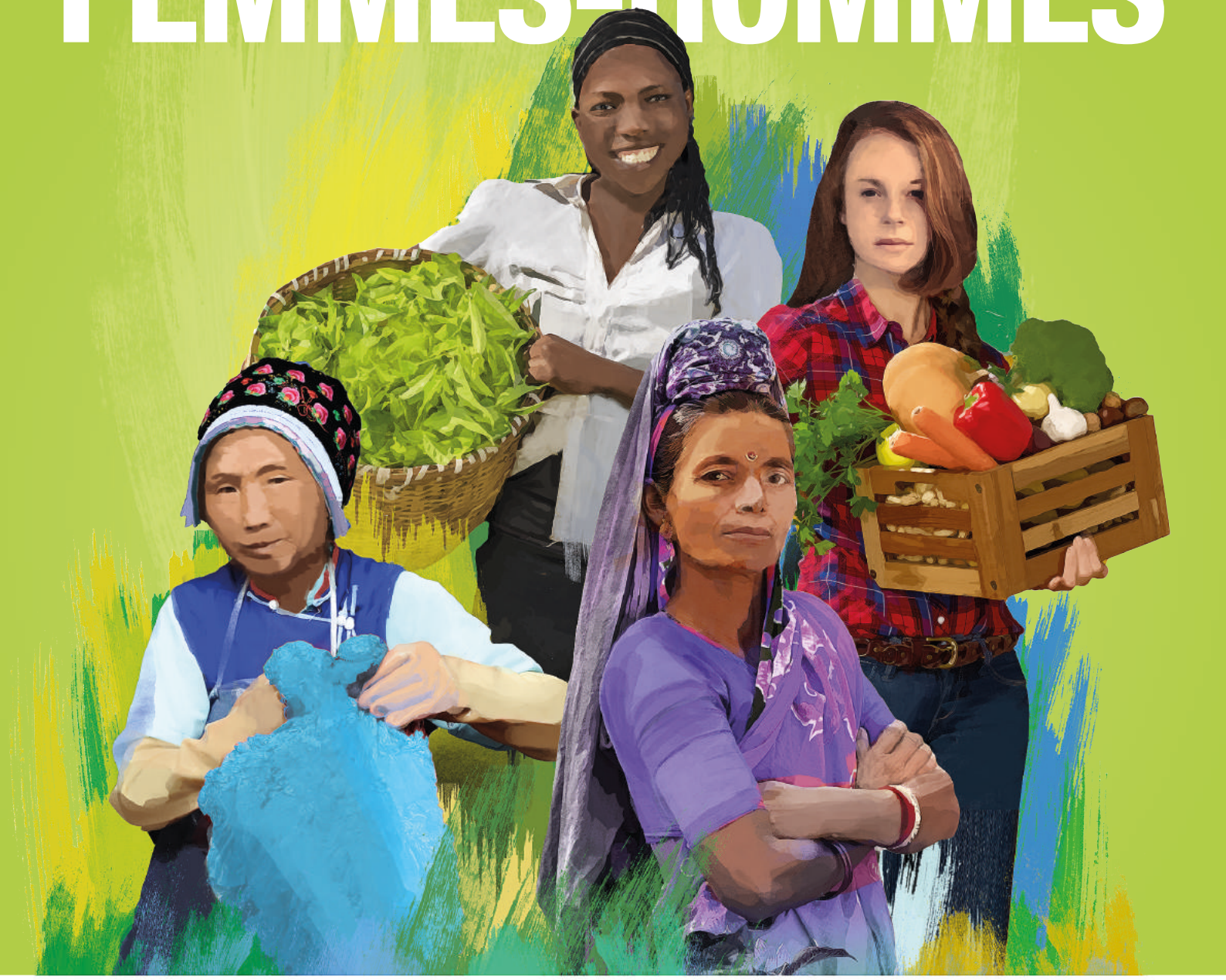
LE COMMERCE EQUITABLE S'ENGAGE

POUR L'EGALITE FEMMES-HOMMES



UN REVENU PLUS JUSTE POUR TOUS...
ET TOUTES !

DOSSIER DE PRESSE

www.mouvement-equitable.org

LA QUINZAINE DU COMMERCE ÉQUITABLE

12 AU 27 MAI 2018

En partenariat avec :

Une initiative de :

Commerce Équitable France

Cette publication relève de la seule responsabilité de Commerce Équitable France et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne.

Commerce Équitable France

Le Commerce Equitable France en quelques mots :

Fondé en 1997, Commerce Equitable France réunit les acteurs français de commerce équitable pour développer et défendre le secteur.

Changer les échanges commerciaux en faveur de la justice économique et de la protection de l'environnement, c'est le pari du mouvement citoyen mondial du commerce équitable. Outil innovant et efficace de la transition écologique et solidaire, le commerce équitable garantit aux producteurs et artisans des prix stables et rémunérateurs pour vivre dignement de leur travail et adopter des modes de production résilients et respectueux de leur environnement. Il redonne ainsi aux citoyens les moyens de se réapproprier leur consommation en choisissant des produits issus de conditions de production justes et durables.

SOMMAIRE

I. LA LONGUE ROUTE MONDIALE DES FEMMES VERS L'ÉGALITÉ **5**

Les chiffres des inégalités 5
Définition : qu'est-ce que le commerce équitable ? 6

II. POURQUOI VOULOIR ATTEINDRE L'ÉGALITÉ ? **8**

Les trois arguments pour défendre l'égalité 8
L'ambition de Commerce Equitable France : + de femmes, + d'égalité et + d'impacts positifs pour la société. 8

III. LE COMMERCE ÉQUITABLE, OUTIL DE CONQUÊTE DE L'INDÉPENDANCE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE **10**

Les leviers du commerce équitable 10
Les impacts positifs du commerce équitable sur les conditions de vie des femmes et l'égalité 11

IV. LES ENGAGEMENTS DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE **12**

Fairtrade / Max Havelaar, un label engagé pour l'égalité 12
L'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO) met l'égalité au cœur de sa stratégie 14
Le Label Fair for Life porte de nombreuses exigences sur l'égalité femmes-hommes 14
3 questions à Mme AOUBA, directrice de la Fédération de coopératives NUNUNA 15

V. DES ORGANISATIONS ENGAGÉES **18**

3 questions à Erika Girault — Chargée de l'éducation, des formations et de la garantie chez Artisans du Monde 17
La Fédération Artisans du Monde mène chaque année une campagne de transformation sociale sur l'égalité 18
Malongo, acteur historique du commerce équitable, promeut le « Café des femmes » 18
Alter Eco par sa démarche et ses partenariats construit chaque jour l'égalité entre les femmes et les hommes 19
Pour Arlette Rohmer, gérante des Jardins de Gaïa, l'égalité est une source d'énergie et d'émancipation 20

Atelier lors du Forum Social Mondial de Dakar 2011 (Crédit photo : FAdM / Erika Girault)

I. LA LONGUE ROUTE MONDIALE DES FEMMES VERS L'ÉGALITÉ

Le commerce équitable développe une vision du monde fondée sur le respect des producteurs, qui doivent bénéficier de moyens de subsistance sûrs et durables et être maîtres de leur avenir. S'il semble évident que le terme « producteur » utilisé pour désigner les acteurs du commerce équitable englobe également les « productrices », la situation des femmes dans le monde et particulièrement dans les pays du Sud oblige à s'interroger sur le rôle et l'impact du commerce équitable dans la vie des femmes. Comment être sûrs que son développement prend en compte les objectifs d'égalité ?

Les chiffres des inégalités

Les exemples de bonnes pratiques existantes et d'intégration du genre dans les stratégies de développement sont des faits encourageants, mais à ce stade le réseau mondial du commerce équitable ne peut ignorer la réalité qui frappe la majorité des femmes dans le monde[1] :

• **Aujourd'hui l'être humain le plus pauvre est une femme** alors même que les femmes assument plus de 66 % du travail dans le monde. Parmi les 1,2 milliard de personnes pauvres dans le monde, 70 % sont des femmes.

13%
des femmes sont propriétaires de terres

• **Au niveau de la vie économique, les femmes ont moins accès aux ressources et à des revenus dignes :** seulement 13 % des femmes sont propriétaires de terres dans le monde alors même qu'elles produisent plus de 50 % de l'alimentation mondiale.

• **En matière des droits humains, les femmes sont aussi les plus marginalisées.** Même si la situation s'améliore dans de nombreux pays, les femmes sont encore aujourd'hui moins éduquées, moins rémunérées, moins reconnues dans leur travail, que les hommes. Tous les domaines sont concernés : éducation (2/3 des analphabètes sont des femmes), santé (1 femme meurt toutes les 2 minutes en couche), dignité (32 % des femmes sont confrontées à la violence domestique), etc.
Les données dont nous disposons sur la question du revenu des femmes dans le monde illustrent particulièrement les inégalités existantes [2] :

• La production liée au travail invisible (c'est-à-dire non rémunéré) des femmes s'élève à **11000 milliards de dollars par an, soit 48 % du PIB mondial.** Elles effectuent 2/3 des heures travaillées.

• Les femmes représentent près de **43 % de la main-d'œuvre agricole** dans les pays en développement, allant de 20 % en Amérique latine à près de 50 % dans de nombreuses régions d'Afrique et dans le sud et le sud-est de l'Asie, avec de grandes variations d'un pays à un autre [3].

Et pourtant :

Les femmes ont moins accès aux ressources et aux outils de production que les hommes, tels que la terre, les intrants, les informations, le crédit et l'assistance technique. Elles possèdent **moins de 1 % des biens et ressources planétaires** (y compris les terres) [4], ce qui crée un « fossé hommes-femmes » dans le domaine agricole.[5]

• Les femmes ne reçoivent que **5 % du revenu total mondial[6]**

• Alors que les milliardaires ont vu leur fortune augmenter en une année de 762 milliards de dollars, **les femmes ont réalisé l'équivalent de 10.000 milliards de dollars de travail de soin non rémunéré** en soutien à l'économie globale. Au Pérou par exemple, ce travail représenterait 20 % du PIB. [7]

1 Source : PDD horizon 2030 – ONU Femmes
2 Source : PDD horizon 2030 – ONU Femmes
3 Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, FAO, 2011
4 Source : PDD horizon 2030 – ONU Femmes
5 Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, FAO, 2011
6 Source : PDD horizon 2030 – ONU Femmes
7 Rapport Oxfam – 22 janvier 2018 « Partager la richesse avec celles et ceux qui la créent »

Productrice de café de l'organisation SOPACDI-MUUNGANO en République Démocratique du Congo (Crédit photo : Tim Driven)

Définition : qu'est-ce que le commerce équitable ?

«Le Commerce Équitable est un **partenariat commercial**, fondé sur le **dialogue**, la **transparence** et le **respect**, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au **développement durable** en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les **droits** des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au **sud** de la planète. Les organisations du Commerce Equitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.» [8]

À cette définition, les organisations internationales de commerce équitable ont ajouté plusieurs objectifs :

- Améliorer les **conditions de vie** et le bien-être des producteurs en améliorant leur accès au marché, en renforçant les organisations de producteurs, en payant un meilleur prix et en ayant une continuité dans la relation commerciale.

- Donner un **exemple de partenariat commercial** basé sur le dialogue, la transparence et le respect.

- Protéger les **droits humains** en encourageant la justice sociale, des pratiques environnementales saines et la sécurité économique.

- Encourager les **possibilités de développement** pour les producteurs défavorisés, en particulier les femmes et les populations autochtones et protéger les enfants de l'exploitation dans le processus de production.

- **Faire prendre conscience aux consommateurs** de l'effet négatif du commerce international sur les producteurs de façon à ce qu'ils exercent leur pouvoir d'achat de façon positive.

- Mener des campagnes pour **faire changer les règles et les pratiques** du commerce mondial.

Et la consommation n'est pas le seul levier d'action des citoyen·ne·s qui souhaitent contribuer au commerce équitable. Être un consom'acteur ou une consom'actrice c'est aussi être un·e touriste responsable, un·e épargnant·e solidaire, réduire ses déchets...
La loi sur l'Economie Sociale et Solidaire votée en 2014 par le parlement français définit le com-

8 Définition du consensus FINE, rassemblement informel d'organisations de commerce équitable

merce équitable comme suit : « Le commerce équitable a pour objet d'assurer le progrès économique et social des producteurs en situation de désavantage économique du fait de leur précarité, de leur rémunération et de leur qualification, organisés au sein de structures à la gouvernance démocratique, au moyen de relations commerciales avec un acheteur, qui satisfont aux conditions suivantes… ».

Quel est le producteur le plus en situation de désavantage économique du fait de sa précarité, sa rémunération et sa qualification ? La productrice.

Zoom sur…
Le travail informel

Dans le domaine agricole ou dans les filières de l'artisanat, le travail informel est très présent et quasiment toujours occupé par des femmes. Par cette position, ces dernières sont privées de statut, de protection sociale, et subissent souvent une dépendance néfaste vis-à-vis des intermédiaires ou de leurs employeurs. Le commerce équitable, par son implantation dans ces milieux, a un rôle à jouer déterminant. En effet, en intégrant le critère du respect des droits fondamentaux et de l'égalité entre les femmes et les hommes, il doit permettre à chacune de faire respecter ses droits, d'obtenir l'indépendance financière et ainsi garantir sa place dans la société.

Femmes de la COTRAPAL coopérative de transformation des mangues de l'organisation des producteurs UPROMABIO, Burkina Faso. (Crédit photo : FAdM/David Erhart)

II. POURQUOI VOULOIR ATTEINDRE L'ÉGALITÉ ?

En tant que mouvement social qui souhaite promouvoir un modèle de société basée sur la justice sociale grâce à une économie plus juste et un partage de la valeur dans les filières, **l'égalité femmes-hommes apparait à la fois comme une condition nécessaire et un moyen de développement du commerce équitable.**

Les trois arguments pour défendre l'égalité

Il existe 3 principaux arguments pour aborder le problème des inégalités hommes-femmes.

- **L'argument de la justice et du droit**, qui pose comme principe que les femmes ne doivent pas, par principe, subir de discrimination par rapport aux hommes.

- **L'argument économique**, qui prend en compte la plus-value des femmes dans la productivité et la croissance économique.

- **L'argument de transformation sociale**, qui identifie l'objectif d'égalité entre les hommes et les femmes comme un important moteur entraînant toute la société derrière lui, vers plus d'égalité entre les humains.

Atelier teinture de l'ONG des Villageois de N'Dem, Sénégal
(Crédit photo : FAdM / Lise Trégloze)

L'ambition de Commerce Equitable France :

+ de femmes
+ d'égalité
+ d'impacts

Pour faire bouger les lignes et contribuer à un changement de société dans laquelle les femmes et les hommes ont les mêmes droits et les mêmes chances, le collectif français des acteurs de commerce équitable s'engage et prend 3 engagements :

- **Engagement N°1 : + de femmes** dans les filières de commerce équitable et dans la gouvernance des organisations.
Le mouvement français du commerce équitable a un vrai défi à relever en améliorant sa connaissance et sa compréhension des enjeux de genre qui existent au sein des filières de commerce équitable et au sein des coopératives avec lesquelles il collabore. Le défi est d'identifier les leviers pour accroître le nombre de femmes productrices dans les coopératives partenaires du commerce équitable.

- **Engagement N°2 : + d'égalité** entre les femmes et les hommes pour accéder à la propriété des terres

- **Engagement N°3 : + d'impacts** positifs du commerce équitable pour les femmes
Le défi est donc d'identifier les leviers pour accroître le nombre de femmes productrices dans les coopératives partenaires du commerce équitable.

Zoom sur...

Le rôle du commerce équitable et les politiques publiques

Les structures de commerce équitable disposent de plusieurs leviers d'action. Actrices d'éducation populaire, elles diffusent une formation continue à la population sur les modes de consommation et production respectueux de l'environnement et des hommes et des femmes qui travaillent. Membres de la société civile, elles endossent également un rôle déterminant dans l'établissement des politiques publiques en menant des campagnes de masse et en exerçant des actions de lobbying sur les pouvoirs publics. Intégrer la question de l'égalité femmes-hommes dans leurs stratégies publiques permet à l'ensemble de la société de bénéficier des résultats obtenus.

Productrice de café, coopérative FECCEG au Guatemala (Crédit photos : Alter Eco)

III. LE COMMERCE ÉQUITABLE, OUTIL DE CONQUÊTE DE L'INDÉPENDANCE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

L'émancipation des femmes et la promotion de l'égalité femmes-hommes convergent avec plusieurs des principes fondamentaux du commerce équitable : l'empowerment des êtres humains, la réduction de la pauvreté des populations les plus vulnérables, la recherche de justice sociale, etc. C'est pourquoi les principales fédérations internationales et labels de commerce équitable (Fairtrade / Max Havelaar, WFTO, SPP) ont fait de l'égalité femmes-hommes un sujet prioritaire.

Qu'est-ce que l'empowerment ?

Il n'existe pas de terme français qui permette d'éviter l'utilisation de ce terme anglais. Pour les femmes, l'empowerment désigne le processus leur permettant d'acquérir de l'autonomie dans un contexte patriarcal discriminant à leur égard (Définition Oxfam). Les organisations membres du commerce équitable, et donc organisées autour de la solidarité, rendent possible la transformation du rôle social des femmes, et donc l'empowerment.

Les leviers du commerce équitable

Les principaux leviers mis en place sont :

- Le paiement d'un **prix rémunérateur** pour les producteurs... et les productrices

- Les **critères de non-discrimination de genre** dans les organisations de commerce équitable (contrôlés par les labels)

- Des **stratégies « genre » ambitieuses** portées par les principaux réseaux et labels internationaux de commerce équitable qui vont plus loin en proposant notamment des formations au leadership féminin et une vision partagée de l'égalité avec les producteur.rice.s.

Fileuses de coton du village de Katia dans le Nord de la Côte d'Ivoire, membre de l'Union des Groupements d'Artisans du Nord. (Crédit photo : FAdM / Erika Girault)

Les impacts positifs du commerce équitable sur les conditions de vie des femmes et l'égalité

L'indépendance économique

Malgré leur importante participation au travail agricole ou artisanal, les femmes n'ont généralement pas accès à la propriété foncière, aux crédits ou même parfois à une rémunération. À l'inverse, les femmes parties prenantes d'organisations du commerce équitable bénéficient d'une rémunération directe pour leur travail (et pas à leur mari, père ou frère, comme cela peut être le cas parfois), et prennent part à la gouvernance des coopératives. Dans un milieu particulièrement marqué par le travail informel, la rémunération directe est un élément déterminant, elle permet enfin aux femmes de sortir de la vulnérabilité. **L'émancipation économique est ainsi un levier puissant pour faire avancer les droits des femmes.**

La confiance en soi

L'indépendance économique permet aux femmes de subvenir à leurs besoins et à ceux de leurs familles, mais également de dégager des revenus supplémentaires pour participer aux besoins de la communauté. Les femmes prennent ainsi toute leur place au sein de la société et retrouvent confiance en elles.

Par ailleurs, la valorisation de ces productrices en position d'indépendance économique permet d'enclencher un effet d'entraînement des autres femmes qui comprennent que cela est possible. La transformation de la société est alors en marche.

Ainsi, une méta-analyse réalisée par le CIRAD [9] en 2009 met en évidence que dans 95 % des études d'impacts académiques portant sur les filières de commerce équitable, on constate une augmentation de l'estime de soi des producteurs et productrices et une plus grande reconnaissance sociale des populations marginalisées.

L'égalité des droits

Des femmes indépendantes économiquement et dotées de confiance en elles sont prêtes à se faire leur place dans la société. Obtenir l'égalité salariale, occuper des postes de direction dans les structures, lutter contre le sexisme sont autant d'objectifs qu'elles sont désormais en mesure d'atteindre.

IMPACTS DU COMMERCE EQUITABLE

Indépendance économique
•
Confiance en soi
•
Egalité des droits

De nombreuses **success-stories** existent et font la démonstration que l'accès des femmes à des emplois durables et de qualité et à une rémunération décente dans les filières équitables leur permettent de gagner de l'autonomie, de la mobilité, de la confiance en soi et renforcent ainsi leurs capacités à défendre et négocier leurs droits.

- Le partenariat entre Malongo et la coopérative de café FEDECARES en République Dominicaine permet aux productrices de défendre leur accès à la terre et à faire un plaidoyer en faveur d'une réforme du droit à l'héritage pour accéder au foncier.

- Le partenariat d'Alter Eco avec la FECCEG au Guatemala permet aux femmes d'accéder au microcrédit et de se former au leadership.

Le commerce équitable ne se résume pas à un segment de marché, il s'agit bien d'un mouvement social qui souhaite promouvoir un modèle de société basé sur la justice sociale grâce à une économie plus juste et un partage de la valeur dans les filières. L'égalité femmes-hommes apparait à la fois comme une condition nécessaire et un moyen pour atteindre cette justice sociale, moyen dont se sont saisis les labels et organisations membres du mouvement.

9 Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement

IV. LES ENGAGEMENTS DES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

Fairtrade / Max Havelaar, un label engagé pour l'égalité

Le mouvement international Fairtrade / Max Havelaar est né en 1988 à la suite d'un appel de producteurs de café mexicains. Ce mouvement garantit, à travers son label, des conditions commerciales plus justes aux petits producteurs et productrices agricoles d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie afin de leur permettre de combattre la pauvreté par eux-mêmes et de prendre en main leur avenir.

Les valeurs de justice et de solidarité du commerce équitable mènent à l'équité à plusieurs égards, dont l'égalité entre femmes et hommes. **Le mouvement Fairtrade / Max Havelaar lutte contre ces discriminations en prônant l'égalité entre femmes et hommes vise à renforcer l'indépendance économique et l'autonomie des femmes** dans les organisations de producteur.rice.s et de travailleur.euse.s agricoles.

Elles doivent **être rémunérées directement pour leur travail**, gérer elles-mêmes leur activité en tant que productrices et **prendre part à la gouvernance des coopératives agricoles**. Cela change non seulement leur regard sur elles-mêmes, mais aussi leur position dans la société et au sein des ménages. **Reconnues, elles participent aux décisions et sont capables de prendre en main leur avenir** et celui de leurs enfants, notamment en les scolarisant.

Les cahiers des charges du label Fairtrade / Max Havelaar incluent des critères spécifiques pour favoriser l'égalité entre femmes et hommes tels que :

- la non-discrimination de genre,
- la lutte contre les intimidations sexuelles ou attitudes injurieuses,
- la mise en place de dispositions sociales bien souvent non obligatoires dans le cadre des lois nationales, comme la sécurité sociale et le congé de maternité.

Les organisations certifiées Fairtrade / Max Havelaar doivent par ailleurs proposer des **programmes permettant d'améliorer la situation économique et sociale des femmes.**
Par exemple, le mouvement Fairtrade /Max Havelaar a créé une école de leadership des femmes afin de former des femmes productrices, membres des coopératives ou épouses des membres. Les inciter à jouer des rôles plus importants dans leurs coopératives et les sensibilisent à leurs droits et aux inégalités, ce sont les axes de ces formations. Cette école a démarré en Amérique Latine en 2014, puis le programme a été adapté à l'Afrique et lancé en Côte d'Ivoire en 2016. D'autres programmes concernant la lutte contre le harcèlement sexuel dans les plantations de fleurs au Kenya et en Ethiopie ont été mis en place dans différents pays et filières.

La sensibilisation et formation sont essentielles pour promouvoir l'égalité entre femmes et hommes, pour que chacun puisse comprendre à son niveau l'importance de construire une société plus égalitaire.
Ainsi, de plus en plus de coopératives certifiées Fairtrade / Max Havelaar introduisent des quotas pour la participation des femmes dans leur gouvernance et mettent en place des projets pour améliorer leurs conditions de vie, comme l'accès à l'eau potable, les services de santé, de garde d'enfants, les transports ou l'achat d'équipements qui facilitent la vie quotidienne [10]. Autant d'initiatives qui permettent aux femmes de s'investir davantage dans des activités telles que le travail rémunéré, l'éducation ou la formation, et de jouer un rôle plus actif dans leurs organisations, leurs communautés et leurs familles.

Une stratégie pour plus d'égalité
Le mouvement Fairtrade / Max Havelaar a mis en place une stratégie afin de favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes en intégrant systématiquement la question du genre dans toutes ses actions, depuis l'établissement des normes, en passant par les partenariats avec les producteurs·trices, jusqu'aux campagnes et plaidoyer.
Le but? Que d'ici 2020 la stratégie pour l'égalité femmes-hommes permette :

- D'augmenter significativement la place des femmes dans la direction des organisations de commerce équitable et des organisations de travailleurs et travailleuses.
- Que les femmes bénéficient à parts égales des bénéfices générés par le commerce équitable
- De lever les barrières systémiques qui existent tout au long de la chaîne de production du commerce équitable pour atteindre l'égalité.

10 Source : dossier de presse Fairtrade / Max Havelaar « Le commerce équitable : un levier pour les droits des femmes »

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le mouvement Fairtrade / Max Havelaar compte plus de 415.000 productrices et travailleuses à travers le monde, soit 25% des membres des organisations.

En haut : Réunion, coopérative de petits producteurs de cacao ECOOKIM, Côte d'Ivoire (© Fairtrade Deutschland)
En bas : Mary Opoku, productrice de cacao et présidente de la coopérative Mfama au Ghana (© Kate Fishpool / Fairtrade Foundation)

L'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO) met l'égalité au cœur de sa stratégie

L'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO), composée à 70 % d'organisations de producteurs et productrices, a pris les devants sur la question de l'égalité femmes-hommes en définissant des principes devant être mis en œuvre par les organisations membres de ce label.

En effet, relever le défi de l'égalité est une priorité pour WFTO, comme l'indique le principe n° 6 de leurs 10 principes fondateurs qui guident l'action du réseau : **« Aucune discrimination, égalité entre les sexes, liberté d'association ».**

Dans les faits, les organisations membres du label examinent plusieurs éléments pour mesurer les efforts réalisés par leurs partenaires producteurs et productrices dans le domaine de l'égalité entre femmes et hommes :

- L'existence et le contenu d'une **politique de non-discrimination** aux différents niveaux de la filière de production
- La **rémunération égale** des femmes et des hommes accomplissant des tâches similaires.
- Le pourcentage de femmes actives dans les activités de production occupant des **positions décisionnelles dans l'organisation.**
- **Les programmes et les formations** de l'organisation de producteur.rice.s spécifiquement orientés vers les femmes.

Au-delà de ces critères, WFTO-Europe et ses membres sont par ailleurs engagés pleinement dans la lutte contre les inégalités de genre par des campagnes publiques, des recherches ou des recommandations, notamment à travers le projet Trade Fair Live Fair.

Ce projet vise à mettre particulièrement en application l'objectif de « réaliser l'égalité entre les sexes et l'empowerment des femmes et des filles » dont le but est d'éradiquer toutes les formes de discrimination contre toutes les femmes à tous les endroits du monde.

Le label Fair for Life porte de nombreuses exigences sur l'égalité femmes-hommes.

Le label de commerce équitable Fair for Life d'Ecocert participe à construire un monde où le commerce, à travers des partenariats éthiques, équitables et respectueux, est une force motrice à l'origine de changements positifs et durables pour les personnes et leur environnement. En ce sens, la question de l'égalité entre les femmes et les hommes est un élément central de leur démarche.

Le cahier des charges du label Fair for Life comprend ainsi plusieurs exigences pour lutter contre les discriminations faites aux femmes, les protéger, renforcer leur rôle et leur participation au sein des structures labélisées.

Ces exigences vont de la protection des femmes enceintes au paiement régulier, rapide et direct des femmes employées ou productrices.

À ces exigences explicites «fléchées», s'ajoutent des critères supplémentaires, comme l'existence d'une personne-ressource désignée pour écouter les problèmes des salarié·e·s concernant le harcèlement sexuel ou la possibilité de proposer des conditions de travail flexible à tous les salarié·e·s leur permettant de concilier leur vie personnelle et professionnelle.

(Crédit photo : Songtaab Yalgre - Barattage)

3 questions à...

Mme AOUBA, directrice de la Fédération de coopératives NUNUNA

La Fédération NUNUNA rassemble 5 000 productrices de karité biologique et équitable dans le sud-ouest du Burkina Faso. Au Burkina Faso, l'exploitation du karité et sa transformation en beurre s'appuient sur une tradition culturelle féminine pour créer une activité lucrative qui permet aux femmes de détenir un rôle important dans la société.

Pourquoi le karité est-il quasiment exclusivement produit par des femmes ?

Traditionnellement et culturellement tout ce qui entre dans la cuisson des mets est du ressort des femmes. Et comme au début le beurre de karité n'était pas destiné à la commercialisation, mais à la consommation locale, c'était une activité réservée aux femmes. Dans la division sociale du travail, c'est à la femme d'apporter les condiments, dont le beurre de karité.

Comment analysez-vous les impacts de la production de karité dans la vie des femmes ?

La production du beurre de karité permet aux femmes de participer aux dépenses de la famille grâce aux revenus générés par cette activité. Il donne ainsi la possibilité aux femmes d'accroître leur pouvoir socio-économique. À NUNUNA par exemple, la production du beurre de karité et les revenus générés ouvrent l'accès à d'autres services tels que l'alphabétisation et les mutuelles de solidarité qui sont des cadres où les femmes se soutiennent socialement.

Quels sont les outils du label Fair for Life pour la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes ?

Pour Fair for Life, la gouvernance est un paramètre très important, car il permet de prendre en compte tous les producteur.rice.s et de créer des conditions favorables de travail au sein des organisations de producteur.rice.s.

SPP, le label des organisations de producteurs paysans, s'engage pour les droits des femmes

Le Symbole des Producteurs Paysans (SPP) s'inscrit dans la continuité de la lutte historique des coopératives et associations des petits producteurs et productrices en Amérique latine et dans les Caraïbes. Dès la fin des années 80, les Organisations des petits producteurs promeuvent la création d'un commerce plus juste. Ainsi, à la fin des années 90 se créent les premières coordinations nationales de petits producteurs de commerce équitable, qui se rassemblent en 2004 au sein de la CLAC (la coordination latino-américaine et des Caraïbes des petits producteurs de commerce équitable) et crée en 2006, «El SPP», la «maison» des petits producteurs organisés.

Dès lors, SPP se fixe comme objectif de construire un marché local et global qui valorise l'identité et les contributions économiques, sociales, culturelles et écologiques de ses producteurs et organisations. Tout cela se fait dans une relation de collaboration, de confiance et de responsabilité entre femmes et hommes, petites productrices et petits producteurs, acheteurs·trices et consommateurs·trices.

Ainsi, pour le mouvement SPP, l'équité implique la promotion de la participation équitable des différentes parties de la population, par exemple les femmes et les hommes, au sein des organes et processus de prise de décision. Le principe de l'équité doit également prévaloir dans la relation entre les organisations et la société, c'est-à-dire que ni l'un ni l'autre ne doit abuser des faiblesses et des forces de l'autre et doit au contraire chercher une participation égalitaire dans la prise de décision. Pour ce mouvement, l'équité s'oppose à toutes les formes de discriminations et à toutes les formes de concurrences déloyales entre parties inégales.

Des productrices membres de SPP sont organisées en un collectif «les femmes petites productrices en action» qui porte des revendications spécifiques aux droits des femmes au sein du label. Elles ont ainsi mené une campagne récente qui appelle à «aller plus loin que la certification», expliquant que **défendre un monde plus juste c'est aussi défendre l'intégration des femmes, l'autosuffisance alimentaire et l'égalité de genre**. Elles établissent également un lien entre les femmes et l'écologie. **Cette campagne appelle les femmes à ne pas rester les bras croisés et à porter haut et fort leurs revendications.**

(Crédit photo : Manos Campesinas, Guatemala)

Femmes fileuses de coton du village de Waraniéné (Union des Groupements d'Artisans du Nord) en Côte d'Ivoire.
(Crédit photo : FAdM/Erika Girault)

3 questions à...

Erika Girault — Chargée de l'éducation, des formations et de la garantie chez Artisans du Monde

Artisans du Monde mène actuellement une campagne de grande envergure sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Sauriez-vous dater la prise de conscience de votre structure sur ce sujet ?

La contribution du commerce équitable concernant l'égalité femmes-hommes est une action récurrente dans notre calendrier de mobilisation : chaque année, nous nous servons de la journée internationale pour les droits des femmes comme prétexte pour mettre en lumière l'impact du commerce équitable sur la situation des femmes dans les organisations de production, pour plaider pour l'égalité en droits (particulièrement sur le droit au travail décent), et pour créer des supports éducatifs afin que les militant·e·s du mouvement puissent mener des projets pédagogiques sur la question.

Comment sont garanties l'égalité et l'émancipation des femmes dans les organisations de production dont vous êtes partenaires ?

La plupart de nos partenaires (organisations de production) en artisanat sont des organisations créées par des femmes pour les femmes. Elles sont garanties par l'organisme international WFTO. Dans le standard WFTO, certains critères mesurent l'absence de discrimination liée au genre et le traitement égalitaire des femmes et des hommes dans les organisations. De plus, dans les organisations de femmes pour les femmes, on observe des mesures de facilitation de l'accès au travail pour les femmes qui, en fonction du territoire et de la culture, restent les principales porteuses du travail dit « invisible » au sein des foyers.

> *Retrouvez les témoignages de plusieurs productrices dans notre espace multimédia : https://www.artisansdumonde.org/ressources/espace-multimedia/l-egalite-femmes-hommes-dans-le-commerce-equitable-avec-artisans-du-monde-2881*

Comment menez-vous votre mission d'éducation à la citoyenneté particulièrement sur la question de l'égalité et de la place des femmes dans vos filières ?

Nous avons conçu et réalisé de nombreux outils pédagogiques sur la question de l'égalité femmes-hommes, particulièrement sur les questions qui nous concernent : le travail décent et la place des femmes dans les organes de décision.

Par exemple, la mallette pédagogique « Liban, des terroirs pleins d'espoirs » est accompagnée d'une trame d'animation spécifique sur la participation des femmes dans l'organisation partenaire Fair Trade Lebanon. Puis nous avons adapté des supports ludiques pour déconstruire les stéréotypes de genre et comprendre les effets des inégalités des sexes dans plusieurs milieux professionnels, ainsi qu'une trame d'animation pour un public enfant de 7 à 11 ans.

> *Tous nos outils sont disponibles sur notre boutique en ligne des outils : http://outils.artisans-dumonde.org*

V. DES ORGANISATIONS ENGAGÉES

La Fédération Artisans du Monde mène chaque année une campagne de transformation sociale sur l'égalité

Artisans du Monde
Pour un commerce équitable

La Fédération Artisans du Monde travaille depuis le début de son existence, en 1974, aux côtés de groupements de productrices en les soutenant à travers des filières équitables. Suivant les contextes spécifiques de chaque pays, ce soutien vient contrebalancer des situations de précarité ou d'exclusion qui sont le fait d'applications radicales, voire abusives des lois, des traditions, des coutumes et/ou des religions. En appuyant économiquement ces productrices, l'association les soutient dans leur autonomie financière, moteur de leur autonomie politique.

« L'égalité femme-homme n'est pas une option. Le commerce équitable a des propositions ! »
C'est le slogan de la campagne de mobilisation menée cette année par Artisans du Monde, qui se mobilise chaque année au moment de la journée internationale pour les droits des femmes en menant des actions d'éducation et de sensibilisation sur la question. Elle puise pour cela, toute son expérience des groupes locaux avec qui elle travaille et qui sont majoritairement dirigés par des femmes.

Ainsi, dans le domaine de l'artisanat, 75 % des organisations partenaires d'Artisans du Monde sont des groupements de femmes.

Ces femmes, par leur travail, leurs combats, leurs échecs et leurs réussites nourrissent la réflexion du label sur la question de l'égalité et les revendications qui sont portées.

Malongo, acteur historique du commerce équitable, promeut le « Café des femmes »

Malongo est une entreprise familiale de l'arrière-pays niçois. Ils y torréfient 7000 tonnes de café par an, mettant en avant une éthique de la qualité de leurs produits et le respect de leurs collaborateurs et collaboratrices. Créée en 1934, la petite entreprise torréfiait à l'époque 25 kg de café par jour.

Malongo

L'entreprise s'engage à prendre des mesures allant au-delà des conventions de l'Organisation internationale du travail et de la législation nationale sur la sécurité et les conditions de travail des femmes, la retraite, et le congé maternité… Elle porte également un traitement égalitaire de tous les travailleurs et toutes les travailleuses : égalité femmes-hommes, préférence aux CDI… La certification WFTO que nous avons depuis 2015 prend en compte les critères sociaux et économiques aussi bien au niveau international qu'en interne.

Parce que rien ne vaut mieux que les actes lorsque l'on défend l'égalité entre les femmes et les hommes, cette année à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes, Malongo a décidé de mettre à l'honneur les femmes de Saint-Domingue en République Dominicaine avec la sortie d'un café grand cru équitable exclusivement produit par des femmes. Certifié Fairtrade / Max Havelaar, ce millésime 2018 baptisé **« Le Café des femmes »** est issu d'une collaboration avec l'ADOMUCA (Association du café des femmes dominicaines) qui soutient les caféicultrices productrices d'arabicas de qualité récoltés à la main. Cheffes de famille à part entière, elles sont les seules responsables de leur parcelle.
Selon Oxfam, la République dominicaine est un pays avec beaucoup d'inégalités sociales [11]. En

11 Oxfam, Republica Dominicana, Repéré à https://www.oxfam.org/es/paises/republica-dominicana , consulté le 23 avril 2018

(Crédit photo : AlterEco)

2014, 7,9 % de la population vivait en pauvreté extrême. Malgré une croissance économique soutenue (ou stable) supérieure à celle de la région, cette croissance favorise à peine à améliorer les populations les plus vulnérables [12].
Dans ce contexte, les leviers pour faire émerger ce projet de café des femmes ont été nombreux. D'une part, l'existence d'une volonté de la part des femmes a été essentielle. Le café des femmes n'aurait jamais porté ses fruits, sans l'initiative ni l'intérêt des femmes. D'autre part, Malongo a su remarquer l'existence de femmes notables au sein des coopératives, femmes qui pouvaient être les moteurs de la démarche. Le partenariat et la collaboration exemplaire avec la responsable de Fedecares, femme très active, a contribué à l'essor de Fedecares et du « café des femmes ».

Le partenariat entre Malongo et Fedecares est un exemple remarquable de participation du commerce équitable à l'empowerment des femmes et de leur communauté.

Alter Eco par sa démarche et ses partenariats construit chaque jour l'égalité entre les femmes et les hommes

Pionnier français du commerce équitable, Alter Eco a fait le choix de travailler avec des groupes de petits producteurs et productrices et d'encourager un modèle d'agriculture biologique et familiale. L'entreprise est née en 1998 et s'est spécialisée dans l'importation et la commercialisation en grande distribution de produits alimentaires tous issus du commerce équitable et labellisés par Fairtrade / Max Havelaar.
La démarche d'Alter Eco consiste à travailler prioritairement avec les producteurs et les productrices les plus défavorisé·e·s et à les accompagner dans leur développement à travers une approche solidaire et durable. C'est donc tout naturellement qu'a vu le jour le partenariat avec la coopérative FECCEG au Guatemala en 2013. Malgré des efforts pour promouvoir l'égalité de genre, le Guatemala est encore un pays marqué par une forte culture patriarcale où l'hégémonie masculine domine, et particulièrement dans les zones rurales. Les hommes restent les premiers gestionnaires, propriétaires des res-

12 Programme des Nations Unies pour le Développement, République dominicaine (http://www.do.undp.org/content/dominican_republic/es/home/countryinfo.html)

sources et prennent les décisions. Les femmes rurales guatémaltèques, en raison de leur genre, de leur situation géographique et de leurs conditions socio-économiques, sont les premières exposées à la pauvreté et aux inégalités de genre.
La coopérative FECCEG fédère 13 associations et coopératives, ce qui représente plus de 2.100 producteurs et productrices. Elle fournit de nombreux services (techniques, financiers et sociaux), et possède sa propre usine de traitement sec.
Sa stratégie? Connecter l'agriculture paysanne au marché en soutenant la diversification et la commercialisation de différents produits (café, miel, plantes aromatiques) et intégrer la transformation des produits au sein des organisations afin d'améliorer la part de valeur perçue par les producteurs. FECCEG compte actuellement 360 femmes adhérentes de manière directe, qui participent à la production du café de différentes manières : certaines d'entre elles sont propriétaires des parcelles, d'autres administrent et prennent soin des parcelles qui appartiennent à la famille ou à l'époux qui a migré.

La coopérative soutient l'empowerement des femmes membres de la coopérative, en les formant et en les incitant à :

- S'impliquer dans le leadership de leurs communautés,

- Mettre en application des pratiques agro-écologiques,

- Prendre soin de l'environnement et accompagner le respect des réglementations établies par les certifications « agriculture biologique » et « commerce équitable ».

FECCEG a, par ailleurs, élaboré une politique d'équité de genre, dans laquelle elle indique les actions à réaliser pour promouvoir l'équité entre les femmes et les hommes à tous les niveaux de participation à l'intérieur de l'organisation. La création d'une commission de femmes est le premier pas réalisé pour mettre en œuvre cette politique. L'une des missions de cette commission consiste à se former pour ensuite partager avec l'ensemble des associés de l'organisation le contenu de la politique et les concepts basiques d'équité femmes-hommes.

FECCEG collecte et offre un café provenant spécifiquement de ses adhérentes. Elle essaye de promouvoir la vente d'un café labellisé **« café des femmes ».**
La coopérative possède un fonds propre destiné l'achat de café provenant spécifiquement des associées.

Pour Arlette Rohmer, gérante des Jardins de Gaïa, l'égalité est une source d'énergie et d'émancipation

(crédit photo : Jardin de Gaïa)

LES JARDINS DE GAÏA
GRANDS THÉS BIO

Dans la mythologie grecque, Gaïa est identifiée à la « Terre-Mère ». L'entreprise « Les Jardins de Gaïa » est donc, depuis sa création en 1994, affiliée à une femme. Cela a été d'autant plus évident qu'une femme, Arlette Rohmer, était à l'origine de sa fondation. Grande voyageuse et amoureuse du thé, Arlette Rohmer a puisé dans ses rencontres passionnantes autour du globe une philosophie de vie et d'entreprise, qui s'est naturellement concrétisée autour du bio et, de façon logique, du commerce équitable.
Et en tant que femme, entrepreneuse, et particulièrement en lien avec les pays du Sud, la question de l'égalité entre les femmes et les hommes est pour elle une question centrale.

Elle considère à ce titre que la place des femmes dans le commerce équitable est prépondérante et source d'évolution. *« Quand on commence à penser différemment, quand on parle de partage, d'humanisme et de soutien voire de durabilité, le mode de fonctionnement et de pensée change forcément. C'est une évolution globale et une avancée dont la réalité se reflète sur le terrain. Les femmes sont très impliquées dans le système*

éducatif et contribuent beaucoup à l'évolution des mentalités. Elles ont souvent un rôle leader dans les groupements et les organisations en commerce équitable. Elles agissent concrètement et deviennent des modèles d'émancipation.»
Arlette Rohmer a conscience de l'impact de son statut de «femme cheffe d'entreprise» sur les femmes et les hommes avec qui elle noue des partenariats. Pour elle, le fait d'être une femme en face de femmes donne de la confiance et de la force aux autres femmes. Elles qui ont tellement l'habitude de voir des hommes aux postes clés, en voyant Arlette travailler d'égal à égal avec ceux-ci, elles perçoivent que l'égalité existe et que celle-ci est possible. Les hommes, de leur côté, se rendent compte de ce «plus» que les femmes apportent aux organisations.

La globetrotteuse puise ainsi dans les projets où les femmes ont des rôles importants, officiels et concrets ou créatifs, une énergie différente qui la motive. Elle constate que chez ses partenaires en Inde, en Chine, en Afrique du Sud, de plus en plus de femmes occupent des postes à responsabilité et développent des activités innovantes. **Voir de tels progrès décuple ses forces, c'est comme une potion magique!** Cela a toujours été ainsi depuis les débuts des Jardins de Gaïa.

Au sein de l'entreprise, l'égalité est un des fers de lance du projet. Rôles, salaires, statuts ont toujours été sur le même pied d'égalité. Il n'y a jamais eu de distinction de genre dans la structure, les femmes et les hommes travaillent ainsi en toute synergie et évoluent de la même manière.

(Crédit photo : Programme Equité)

Commerce Équitable France

www.commercequitable.org

Commerce Equitable France

@EquitableFrance

Commerce Equitable France

CONTACTS PRESSE

Agence Econovia | Audrey Bogusz
audrey.bogusz@econovia | 01 43 94 73 50

Commerce Équitable France | Jennifer Gomes
gomes@commercequitable.org | 01 43 94 72 86