



Dossier de presse

Le commerce équitable : un outil pour surmonter les écarts entre les sexes et atteindre l'égalité des genres

Contacts Presse :

Aelya Noiret | 06 52 03 13 47 | a.noiret@etycom.fr

Valeria Rodriguez | 01 42 87 30 87 | 06 07 37 74 81 | v.rodriquez@maxhavelaarfrance.org



Sommaire

L'(in)égalité de genre dans le secteur agricole	3
L'(in)égalité de genre dans l'industrie textile	4
L'égalité de genre dans les filière du commerce équitable : les enjeux au sein des coopératives, plantations et usines textiles	5
L'engagement de Fairtrade/Max Havelaar pour l'égalité des genres	7
Des cahiers des charges favorisant l'émancipation des femmes	8
Au-delà des cahiers des charges : l'action du mouvement Fairtrade/Max Havelaar pour l'égalité des genres	10
Des formations thématiques et un accompagnement continu	12
Les projets des coopératives financés par la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar	12
Notes de bas de page	17

Le commerce équitable : un outil pour surmonter les écarts entre les sexes et atteindre l'égalité des genres

Aujourd'hui, malgré une prise de conscience collective et de nombreux moyens mis en place, **l'égalité de genre n'est toujours pas atteinte**. Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar lutte pour

dépasser les écarts entre les genres en prônant et défendant l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes dans les organisations de producteur.ice.s et les plantations.

L'(in)égalité de genre dans le secteur agricole

L'égalité entre les sexes est un droit fondamental reconnu par la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 ainsi que la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (1).

L'égalité entre les sexes est également un des défis mondiaux fixé par les Nations Unies au sein du Programme de développement durable à l'horizon 2030 pour parvenir à un changement majeur à l'échelle mondiale. En effet, **l'égalité des sexes est un objectif porté en tant qu'Objectif de Développement Durable (ODD 5)**, et est intégré dans chacun des 17 autres objectifs existants (2).

Les femmes représentent près de 46% de la main d'œuvre agricole en Afrique subsaharienne, 39% en Asie du Sud-Est, et près de 21% en Amérique Latine (3). Ainsi, à l'échelle mondiale, les femmes représentent environ la moitié de cette main-d'œuvre (4).

Si les femmes avaient le même accès que les hommes aux ressources productives, elles pourraient accroître leurs rendements de 20 à 30%, ce qui permettrait à l'échelle mondiale de réduire le nombre de personnes souffrant de la faim de 12 à 17% (5). Elles sont donc indéniablement des acteurs clés du secteur agricole et des agents de changement essentiels.

Il existe toujours un fossé considérable entre les femmes et les hommes, et elles font encore face à de nombreux obstacles :



Concernant la rémunération : les femmes sont moins rémunérées que les hommes. L'écart salarial entre les hommes et femmes, tous secteurs confondus, est de 23% (6). Aussi, **70% des personnes vivant avec 1 dollar par jour sont des femmes** (7). Elles ont souvent une double journée de travail, les femmes devant s'occuper des tâches ménagères et de soin, comme nourrir leurs enfants ou s'occuper du nettoyage de la cuisine (8).

Ce travail non rémunéré, appelée aussi travail de soins non rémunéré (*ou travail reproductif*), leurs prend beaucoup de temps et les empêchent de générer des revenus. Les femmes vivant dans des zones rurales font de ce fait des heures de travail plus longues que les hommes, en raison de ces responsabilités supplémentaires qui leurs sont attribuées et qu'elles doivent assurer. **Selon l'Organisation Internationale du Travail (OIT), le travail de soins non rémunéré effectué par les femmes est la principale cause de leur mise à l'écart du monde professionnel** (9).



Concernant la propriété foncière : la propriété foncière est souvent une condition préalable à l'adhésion à des organisations rurales telles que les coopératives agricoles et les organisations de producteur.ice.s. Pourtant, **au niveau mondial, moins de 15% des femmes ont un accès à la propriété des terres** (10). En outre et dans de nombreux pays, même si les femmes ont des droits et accès à la terre, leurs parcelles ont tendance à être plus petites que celles des hommes (11).



Concernant leur représentation : les organisations de producteur.ice.s, les coopératives ou encore les syndicats de travailleur.se.s, sont en grande majorité contrôlés par des hommes (12). De ce fait, **les femmes sont sous-représentées et ont moins de pouvoir décisionnel**. N'étant peu ou pas reconnues, ces femmes ne participent donc pas aux prises de décisions et sont peu informées des décisions qui les concernent.



Concernant le rôle et les normes qui leur sont attribuées : Dès leur naissance, **les femmes se voient attribuées des rôles et des responsabilités liées aux normes sociales et culturelles de genre**, ce qui est souvent accentué par le poids des coutumes et des traditions. Les discriminations sexistes étouffent leurs voix et compromettent leur pouvoir de décision (13). Elles rencontrent également des obstacles pour accéder aux technologies, aux formations, aux informations sur les marchés et aux sources de financement (14).

L'(in)égalité de genre dans l'industrie textile

La très grande majorité des travailleur.se.s de l'habillement sont des femmes, soit environ 80% de cette main-d'œuvre (15). Il s'agit très souvent d'emplois non qualifiés, précaires et sans possibilité d'avoir un congé maternité. Elles n'ont le plus souvent pas le droit d'adhérer à un syndicat ou de s'organiser (16). Du fait de leurs très longues journées de travail en plus de leurs responsabilités domestiques (nettoyage, cuisine, garde des enfants etc...) et de leur précarité, elles n'ont souvent pas la possibilité de faire en sorte d'améliorer leurs conditions de travail, ou de dénoncer les abus dont elles sont victimes au quotidien (17). En effet, **dans les**

pays où l'industrie du textile est présente, les discriminations sexuelles sont omniprésentes : les femmes sont fréquemment victimes d'abus verbaux et/ou physiques et d'harcèlement sexuel (18). Dans la filière du textile, au profit de la fast fashion bon marché, les droits humains sont complètement bafoués et l'égalité des genres inexistante. La tragédie du Rana Plaza en 2013 a suscité l'indignation dans le monde entier, alimentant les appels pour une plus grande transparence au sein de ces chaînes d'approvisionnement afin de faire cesser cela (19).

L'égalité de genre dans les filières du commerce équitable : les enjeux au sein des coopératives, plantations et usines textiles

Cette situation a mis en lumière de nombreux enjeux pour les agriculteur.ice.s faisant partis d'une coopérative, ou bien étant employé.e.s au sein d'une plantation. Ces enjeux varient selon la région, le pays et le contexte local, et évoluent continuellement.

Les enjeux au sein des coopératives



Au sein du mouvement Fairtrade/Max Havelaar, les femmes représentent 17% des membres des coopératives (20). Ce chiffre ne tient pas compte des femmes travaillant et aidant gratuitement au sein des petites exploitations agricoles familiales faisant parti de ces coopératives (21).

Concernant l'accès à la terre pour les femmes, la succession est encore dominée par l'héritage masculin, et les normes juridiques n'incluent pas toujours les femmes en tant que propriétaires potentielles, quel que soit leur état civil (22).

Pourtant, cela permettrait aux femmes de mieux maîtriser ses ressources et de faire entendre leurs voix lors de prises de décisions, que ce soit au sein du ménage ou bien à l'extérieur (23), au sein des

coopératives (les membres devant être souvent propriétaires de leur terre pour pouvoir s'impliquer et faire entendre leur voix (24)). Les femmes ne possèdent souvent pas de titres fonciers et ne peuvent donc pas rejoindre les organisations de producteurs et accéder aux services fournis.

A l'heure actuelle, les femmes, bien que plus présentes que précédemment, n'occupent encore que rarement des postes de direction, et elles ne sont pas encore entendues suffisamment. Afin de faire évoluer les choses, la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar est utilisée par de nombreuses coopératives pour des projets visant à l'égalité entre les femmes et les hommes, et à une plus forte autonomisation des femmes.

Les enjeux au sein des plantations



A la différence des organisations de producteur.ice.s, les plantations se basent exclusivement sur la main d'œuvre salarié. Ainsi, les principaux enjeux au sein des plantations de manière générale concernent tout particulièrement les conditions de travail et le respect des droits fondamentaux et des droits des travailleurs

tels que définis par l'OIT. En effet, au sein des plantations, les journées de travail peuvent être très longues, les conditions sanitaires mauvaises, l'emploi y est précaire et le salaire bas. Les congés maternité ne sont pas prévus, et aucune mesure afin de favoriser l'inclusion des femmes n'est prise.

Au sein du mouvement Fairtrade/Max Havelaar, les femmes travaillant dans les plantations représentent 41% des employés (25). Plus précisément encore, dans la filière fleurs, ces dernières représentent plus de 50 % des employés (soit plus de 27 500 femmes) (26). **Elles sont également nombreuses dans la production de thé, où la moitié des employées sont des femmes** (27).

Bien que la situation évolue, ces femmes sont encore peu représentées dans les

conseils syndicaux et dans les postes de direction. Fairtrade/Max Havelaar s'efforce à faire évoluer cela, en faisant en sorte que la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar soit encore plus investie dans des programmes et/ou projets pour ces femmes (28) et en mettant en place des programmes ayant pour objectif de contribuer à l'autonomisation des femmes (comme par exemple l'école du Leadership Féminin dans les plantations de roses en Ethiopie).

Les enjeux au sein de l'industrie textile



À la suite de l'effondrement de l'usine de confection Rana Plaza au Bangladesh le 24 avril 2013 faisant plus de 1000 morts, il est apparu primordial d'aller au-delà des plantations de coton, en protégeant également les chaînes en aval : l'industrie textile (29).

Les enjeux au sein de l'industrie textile concernent principalement les conditions de travail catastrophiques pour les femmes. Pour contrer cela, il apparaît nécessaire de mettre en place un salaire vital.



Un salaire vital est un salaire qui couvre les besoins fondamentaux des travailleurs et de leur famille, notamment la nourriture, les vêtements, le logement, les soins de santé, l'éducation, le transport vers le lieu de travail et un petit supplément pour les circonstances imprévues (30).

L'engagement de Fairtrade/Max Havelaar pour l'égalité des genres



Pour rappel, le commerce équitable est « basé sur des modes de production et d'échange plaçant l'Homme et l'environnement avant la recherche de profit financier. Le commerce équitable met également en lien les producteur·rice·s et les consommateur·rice·s grâce à une plus grande transparence de la chaîne d'approvisionnement. En démontrant qu'une plus grande équité dans le commerce mondial est possible, le commerce équitable cherche également à impliquer les citoyen·ne·s dans la réécriture des règles du commerce, en tenant prioritairement compte des besoins des petit·e·s producteur·rice·s, des travailleur·euse·s et des consommateur·rice·s. Le commerce équitable n'est pas une œuvre caritative mais un partenariat pour le changement et le développement à travers le commerce » (31). Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar est l'ONG pionnière du commerce équitable dans le monde et en France. Ces grands principes directeurs se retrouvent au sein de ses cahiers des charges (32) (33).

Dans le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar à l'échelle mondiale, les femmes représentent 17% des producteurs et 41% des travailleurs en 2020. Afin de promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes, de reconnaître leur rôle et de faire entendre leur voix, **Fairtrade International a déployé une stratégie Genre en 2014** (34).

Cette stratégie plaide en faveur d'une approche plus transformatrice des rapports de genre et de l'intégration de la dimension de genre au sein du mouvement Fairtrade : changements d'attitudes, de pratiques et de politiques dans les domaines les plus directement liés à la production agricole, au commerce et à l'économie en général, et dans les domaines de la vie politique et sociale (35).

Trois objectifs spécifiques ont été établis au sein de cette stratégie Genre (36) :

- **Augmenter significativement la participation active et égale des femmes** dans les organisations de producteurs et de travailleurs certifiées commerce équitable ;
- **Donner à un plus grand nombre de femmes et de filles la possibilité d'accéder équitablement aux bénéfices du commerce équitable ;**
- **S'attaquer aux entraves à la réalisation d'une plus grande égalité des sexes** dans les chaînes d'approvisionnement Fairtrade/Max Havelaar.

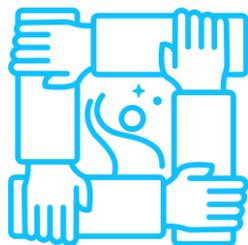
Plusieurs études ont démontré que le commerce équitable peut apporter des avantages aux femmes, par exemple en leur offrant plus d'opportunités économiques, ainsi que des activités et sources de revenus complémentaires ; en renforçant leur participation dans les organisations de producteur·ice·s ; et en permettant des investissements dans des infrastructures sociales (37). **Le commerce équitable apparaît donc comme un outil**

d'autonomisation des droits des femmes. Il peut changer non seulement leur regard sur elles-mêmes, mais aussi leur position dans les coopératives et les plantations dans lesquelles elles travaillent, dans la société et au sein des ménages. **Reconnues, les femmes participent aux décisions et sont capables de prendre en main leur avenir et celui de leurs enfants**, notamment à travers la scolarisation et l'accès aux soins.

Des cahiers des charges favorisant l'émancipation des femmes

L'égalité entre les femmes et les hommes est favorisée grâce à **des critères inscrits dans les cahiers des charges du label Fairtrade/Max Havelaar**, exigeant qu'aucune discrimination fondée sur le sexe ne soit acceptée, qu'une tolérance zéro soit mise en place à l'égard des comportements

sexuellement intimidants, abusifs ou exploités, ainsi que des mesures afin d'assurer aux femmes un salaire équivalent à celui des hommes, un accès aux espaces de décisions dans les modèles de gouvernance, et un accès à la protection sociale (sécurité sociale, congé maternité..) (38).



Ces critères permettent aux femmes productrices et travailleuses, issues des 1 880 organisations de producteur.ice.s certifiées Fairtrade/Max Havelaar dans le monde (en 2020), de gagner en autonomie, en représentation dans des instances de gouvernance et de s'émanciper économiquement au sein de leur foyer et communauté.

En 2019, une version plus approfondie de cette stratégie genre fut établie pour les organisations de producteur.ice.s (39), afin de :

- **Promouvoir** la participation des femmes aux organisations, aux conseils d'administration et aux postes de direction ;
- **Intégrer encore davantage** des mesures contre le harcèlement sexuel ;
- **Mettre en place** un mécanisme de résolution des plaintes et une politique de dénonciation
- **Collecter et utiliser** des données sur la participation des femmes dans l'organisation afin de pouvoir en observer l'évolution

Le réseau de producteurs de Fairtrade en Amérique latine (CLAC), a été l'un des premiers à encourager l'introduction de la dimension genre avec une approche transformative auprès des organisations de producteur.ice.s (40).

Depuis 2017, le Conseil d'Administration de la CLAC a approuvé une politique d'égalité de genre, mis en œuvre par une équipe spécialisée et disposant d'un budget pour financer des projets concrets. Il s'agit d'encourager l'égalité de genre à travers notamment des activités qui visent l'autonomisation des femmes et

l'intégration de la dimension de genre à tous les niveaux (41). **La création du comité genre, jeunesse et inclusion au sein du conseil d'administration de la CLAC a été un axe majeur** pour implanter une stratégie globale et organisationnelle dans la mise en œuvre de processus d'émancipation des femmes (42).

Fairtrade Africa (FTA), le réseau de producteur.ice.s du commerce équitable en Afrique, a également fourni des efforts pour intégrer cette dimension dans ses approches et programmes afin de se conformer à la stratégie du mouvement Fairtrade (43).

Fairtrade Asie et Pacific (NAPP), le réseau asiatique des producteur.ice.s du commerce équitable, a fait en sorte que ces différents standards soient appliqués consciencieusement.

La NAPP va même au-delà des standards afin d'accroître le rôle des femmes dans les organisations de producteur.ice.s.

Pour garantir qu'elles bénéficient d'avantages similaires à ceux des hommes, différentes actions sont mises en place, comme par exemple le lancement de

projets d'entreprenariats afin d'aider les bénéficiaires à assumer des rôles de leadership et de gestion dans leurs communautés par la suite (afin d'acquérir des compétences commerciales ou en couture entre autres) (44).

Chaque réseau met en œuvre une variété d'actions pour atteindre l'égalité entre les hommes et les femmes.

Concernant les usines textiles, où plus de 80% de la main d'œuvre sont des femmes, un standard textile a été mis en place en plus du standard pour la production de coton, afin de certifier l'intégralité de la chaîne d'approvisionnement et de fabrication, à la vue des importants enjeux existant au sein de cette industrie (45).



Ce standard comprend la possibilité pour les employé.e.s de soumettre des plaintes de manière anonyme, d'avoir accès à un salaire vital, mais également il précise qu'une tolérance zéro sera appliquée face à des comportements d'intimidation, d'abus ou d'exploitation sexuels, ou encore aux discriminations fondées sur le sexe (46).

L'usine Purecotz Eco Lifestyles à Umargam, dans le nord de l'Inde, fut la première usine à être certifiée selon la norme textile Fairtrade. La stratégie genre s'applique bien entendu également à cette industrie du textile, où des actions sont également mises en place.

La couturière Sharmilaben Kamli, qui travaille chez Purecotz depuis 13 ans, voit la différence depuis la certification :

« *Ma vie a complètement changé* », dit-elle. « Je gagne plus que le salaire de base, et les hommes et les femmes gagnent la même somme. Je n'ai jamais eu l'impression de pouvoir être licenciée. Nous avons un comité d'entreprise, donc si nous avons des problèmes, nous n'avons pas à nous adresser directement à la direction. Le comité travaille avec la direction pour les résoudre ensemble. »

Au-delà des cahiers des charges : l'action du mouvement Fairtrade/Max Havelaar pour l'égalité des genres

L'école du leadership des femmes, une approche globale et adaptée



La stratégie genre 2016-2020 développée par le mouvement Fairtrade/Max Havelaar est donc aujourd'hui appliquée par les trois réseaux de producteur.ice.s. **En plus d'être appliquée dans les actions et l'accompagnement de terrain de manière transversale, elle est mise en œuvre à travers des programmes spécifiques, tel que l'école de leadership des femmes.** Ce programme fut créé en 2014 à l'initiative de la CLAC, le réseau latino-américain des producteurs Fairtrade, au sein d'organisations de producteurs et productrices au Salvador.

La stratégie genre 2016-2020 développée par le mouvement Fairtrade/Max Havelaar est donc aujourd'hui appliquée par les trois réseaux de producteur.ice.s. **En plus d'être appliquée dans les actions et l'accompagnement de terrain de manière transversale, elle est mise en œuvre à travers des programmes spécifiques, tel que l'école de leadership des femmes.** Ce programme fut créé en 2014 à l'initiative de la CLAC, le réseau latino-américain des producteurs Fairtrade, au sein d'organisations de producteurs et productrices au Salvador.

Le programme de l'Ecole du Leadership des Femmes s'inscrit dans une volonté de transformation des pratiques et mentalités autour des relations de pouvoir femmes/hommes, les structures et les normes qui les régissent, en cohérence avec la stratégie Genre et la stratégie

générale du mouvement Fairtrade.

Aujourd'hui, l'Ecole du Leadership des Femmes est un programme international déployé sur trois continents : Amérique latine, Asie et Afrique. Cette volonté d'appuyer l'autonomisation des femmes avec une approche transformative des rapports de genre a donné naissance à ce programme, qui s'est adapté et a pris des formes différentes en fonction des pays, des enjeux et des rapports sociaux établis. **Le programme propose une approche ascendante ciblant les hommes et les femmes à l'échelle locale, au sein de leur coopérative et de leur communauté.** Il propose aux hommes de s'engager aux côtés des femmes et de devenir à leur tour des ambassadeurs de la transformation des rapports de genre.



Le programme de l'École de leadership des femmes en Côte d'Ivoire est soutenu par Max Havelaar France

Max Havelaar France soutient le projet École de leadership des femmes en Côte d'Ivoire, auprès d'organisations de producteur.ice.s de cacao. Plus de 60% des fèves de cacao sont produites en Afrique de l'Ouest, la Côte d'Ivoire produisant à elle seule environ 2 millions de tonnes (47). **Les femmes représentent 58% de la main-d'œuvre du secteur en Côte d'Ivoire** (48), mais ne gagnent que 21% des revenus générés (49). Cela peut notamment s'expliquer par le fait que les femmes ne possèdent que 25% des terres cacaoyères (50).

Les bénéficiaires de ce programme en Côte d'Ivoire sont des femmes (occupant des positions de leadership, marginalisées, seule, veuve ou célibataire) mais également des hommes, sélectionnés dans des coopératives certifiées Fairtrade. Cette sélection se base sur plusieurs critères tels que l'âge, la motivation, le niveau minimum d'alphabétisation, leur implication sociale ou encore leur compréhension du contexte de genre. **L'objectif pour les bénéficiaires sélectionnés : suivre une formation d'un an composée de 10 modules couvrant diverses thématiques :** droits humains ; normes Fairtrade et stratégie de genre ; développer la confiance en soi, l'estime de soi et la résilience ; cohésion du groupe et

principes de coopération ; les femmes et le leadership ; les femmes et l'économie ; les femmes comprennent l'argent ; diversification des revenus et gestion de projet ; négociations stratégique et influence ; masculinité et égalité des sexes. **Après chaque module suivi, les bénéficiaires mettent en pratique leurs nouvelles connaissances acquises en sensibilisant leur communauté. L'objectif : assurer la promotion de l'égalité des sexes et l'intégration des jeunes dans les chaînes d'approvisionnement Fairtrade.**

Ces 10 modules sont répartis dans 3 ateliers sur 1 an. Ces ateliers sont entrecoupés par des mises en pratique sur le terrain, où les bénéficiaires de la formation transmettent ce qu'ils ont appris au sein de leurs communautés. Une cérémonie de remise des diplômes est organisée à la fin de la formation, et des ambassadeur.ice.s (ayant été pré-identifié.e.s) sont sélectionné.e.s afin de devenir intervenants pour coanimer les modules de l'année suivante, pour représenter le programme, et soutenir la mise en œuvre de l'intégration de la dimension genre dans les coopératives.



En 2021, sur la base des effectifs cumulés de l'école, ce sont 3 892 bénéficiaires indirects qui ont été sensibilisés sur les 10 modules du programme de formation.

Ce type de programme permet de soutenir et d'instaurer l'intégration de la dimension genre dans les coopératives, et également d'aider ces femmes à développer des activités génératrices de revenus. Par exemple, des femmes de la coopérative de Camaye, en Côte d'Ivoire, ont mis en place un projet de production et de transformation de beurre de cacahuète.

Ce programme concerne pour le moment principalement les coopératives de petits producteurs, mais il est également en train d'être développé au sein de plantations (notamment les plantations horticoles) en Ethiopie.

Des formations thématiques et un accompagnement continu



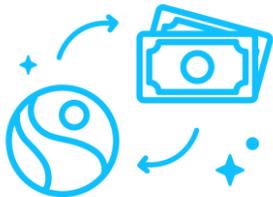
Au-delà des programmes, les réseaux de producteurs mettent également en place un accompagnement sur le terrain afin d'appuyer les coopératives pour la mise en place et le respect des cahiers des charges.

L'inclusion de la dimension de genre est facilitée à travers des **ateliers de sensibilisation à l'égalité femmes / hommes** (soulevant les enjeux d'estime de soi, d'occupation de postes de direction), organisés par les organisations de producteur.ice.s au Chili, au Guatemala et au Nicaragua, en complément avec l'école de leadership (51).

Ces ateliers de sensibilisation et d'intégration de la dimension de genre existent également au sein de Fairtrade Africa (FTA), qui va continuer à développer cela dans les années à venir (52). Il en est de même au sein de la NAPP (53).

Différentes usines textiles en voie de certification Fairtrade mettent en place des formations également afin de sensibiliser les femmes aux différentes problématiques auxquelles elles pourraient être confrontées, et de leur donner confiance (54).

Les projets des coopératives financés par la prime de développement Fairtrade/Max Havelaar

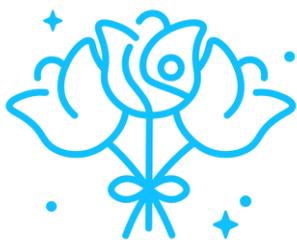


La prime de développement est une somme d'argent supplémentaire versée aux coopératives ou plantations, en plus de ce qu'ils ou elles reçoivent pour la production vendue. **Les organisations sont libres du choix des projets financés avec cette prime** fixée, qui peut être investie pour améliorer la production et la productivité, ou dans des projets pour la communauté afin d'améliorer l'accès à l'éducation, à la santé ou d'autres services de bas (55).

Dans les organisations de producteur.ice.s, la décision sur l'utilisation de la prime repose sur l'assemblée générale des membres ou sur des **représentant.e.s démocratiquement élu.e.s des agriculteur.ice.s**. Ce sont les mieux placé.e.s afin de savoir comment investir cet argent : ils/elles proposent les projets qu'ils/elles veulent financer et dont ils/elles ont le plus besoin (56). Il en est de même dans le cas des plantations, où **les travailleur.se.s élisent un comité de la prime de développement, qui élabore un plan annuel sur la manière d'investir la prime** dans des projets, pouvant bénéficier alors aux travailleur.se.s, mais aussi à leurs familles et aux communautés (57).

La prime permet donc d'investir dans des projets pouvant améliorer le quotidien des femmes et réduire les écarts existants entre les femmes et les hommes. Que cela soit la construction d'écoles, la mise en place de centre de soins de proximité et de crèches permettant ainsi de réduire le temps de travail de soins non rémunérés des femmes ; ou la mise en place de formations et d'ateliers de sensibilisation permettant aux femmes et aux hommes de prendre conscience de ces discriminations et d'agir afin de changer cela.

Au Kenya : un exemple d'investissement en faveur de l'éducation



La filière horticole du commerce équitable en Afrique et en Amérique latine compte une grande majorité de femmes : plus de la moitié des 73 220 travailleur.se.s au sein de ces plantations de fleurs certifiées Fairtrade/Max Havelaar dans le monde sont des femmes (58).

Des projets sociaux ont vu le jour grâce au financement de la prime, tels que des maternités, des bourses d'éducation, la construction de centres d'études... Ces projets ont favorisé un meilleur accès à l'éducation aux communautés locales et contribué à améliorer la connaissance des droits des femmes.

Au sein d'Oserian, plantation de fleurs au Kenya créée en 1969, avec 3 490 salariées, dont 1 685 femmes (soit 48%), la prime permet de financer l'éducation gratuite des enfants des employées ainsi que les déjeuners scolaires. Une crèche est également soutenue par Oserian, ainsi qu'un centre de santé gratuit pour les employées. En effet, **en finançant une école ou encore une crèche, les femmes ne sont plus contraintes de garder leurs enfants et de s'adonner exclusivement à du travail domestique et peuvent donc être pleinement investies dans leur travail**, obtenir une rémunération, lutter pour leurs droits et contribuer à leur autonomisation économique.



« Nous sommes engagés dans le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar depuis 15 ans, en tant qu'entreprise. Et si vous regardez par exemple les activités de responsabilité sociale qu'Oserian a soutenu, la plupart d'entre elles ont été en partenariat avec Fairtrade.

Nous gérons 7 écoles, ce qui représente environ 3 000 enfants ; nous avons une unité de maternité et de soins dentaires dans l'un des meilleurs centres de santé ; nous gérons un ensemble de logements pour plus de 11 000 personnes... Le commerce équitable fait donc partie de notre stratégie ».

Mary Kinyua, DRH d'Oserian et ancienne présidente de Fairtrade Africa.

En République Dominicaine : chez Banelino priorité pour la santé et l'éducation

Banelino est une coopérative de producteur.ice.s de banane qui compte 310 membres dont 97 femmes.



La coopérative Banelino a décidé d'utiliser une partie de la prime de développement afin de financer un programme santé. Cela permet aux producteur.ice.s, et travailleur.se.s d'avoir accès à des soins à des coûts très faibles (traitements ambulatoires, hospitalisation, opérations...).

La coopérative a aussi créé et financé l'école adaptée IDENE (Instituto de Enseñanza de Niños Especiales), **accueillant plus de 80 enfants avec des besoins spécifiques** (autisme, syndrome de Down...). Elle soutient par ailleurs 8 autres écoles, finance la construction d'une cantine scolaire et organise le transport scolaire.



La coopérative a aussi mis en place de nombreux programmes : 172 femmes ont été formées en matière de genre, de leadership, de commerce équitable, de biodiversité, de certifications, de pratiques agricoles, etc...

*Photo :
Maria Genao, accompagnée de sa mère, porte un panier fait de tiges de bananier séchées pour Gamub, un groupe d'artisans affilié à BANELINO © James Rodriguez*

En Côte d'Ivoire : Une association de femmes a été créée

L'organisation des producteur.ice.s de cacao CAYAT, située dans le Sud Est de la Côte d'Ivoire, créée en 2010 est composée de 283 membres :



C'est ici qu'a vu le jour l'Association des femmes de CAYAT (AFC) en 2015. Les membres de cette association sont aussi bien des productrices de la coopérative que des femmes de producteurs – qui ne sont pas membres elles-mêmes. Au total, 500 membres la composent aujourd'hui.

Cette association aide les femmes membres à obtenir des terres et des droits de propriété et d'usage de la terre, leur permettant ainsi d'accéder à la propriété et aux ressources productives, cruciales pour l'autonomisation socio-économique des femmes et leur pouvoir de décision, tant au sein du ménage qu'à l'intérieur de la coopérative.



Le cacao de mon champ, il est à moi. Il n'est pas à mon mari, m'à moi. C'est ma mère qui m'a donné la terre. Le commerce ais équitable nous aide beaucoup. La prime de développement nous soutient beaucoup, nous les femmes. Moi par exemple, en tant que Secrétaire Générale de l'association des femmes, je compte construire une maison, même petite. Chacune d'entre nous veut avoir sa liberté. Nous voulons pouvoir construire nos propres maisons, pour y être à l'aise avec notre mari et nos enfants. Merci beaucoup à Fairtrade/Max Havelaar pour le soutien ! »

Rosine Bekoin, productrice de cacao et secrétaire générale de l'association de femmes de CAYAT

Au Brésil : un groupe de femmes agit pour leur émancipation



DOS COSTAS est une coopérative de producteur.rice.s de café, comprenant 230 membres, dont 16% de femmes, établis dans la municipalité brésilienne de Boa Esperança, dans l'Etat du Minas Gerais. La coopérative est engagée pour l'égalité entre les hommes et les femmes.

Des projets qui visent à l'*empowerment* des femmes et à leur émancipation socioéconomique ont été mis en place. Un des projets le plus remarquables est le « Grupo de Mulheres », financé en partie par la prime de développement. Il s'agit d'un groupement de femmes crée pour sensibiliser les femmes et les hommes sur l'égalité de genre.

Ce projet, née en 2018 avec 9 femmes, compte aujourd'hui 36 membres. Un de leur projet est le développement d'une marque de café produit par les femmes, pour valoriser leur travail dans la caféiculture et ainsi augmenter leurs revenus. Aujourd'hui elles produisent 6

000 sacs de café par an et vont prochainement lancer leur propre marque de café, certifié Fairtrade/Max Havelaar.

Eliana Reis, productrice de café et membre fondatrice de DOS COSTAS, fait partie du groupe depuis sa création en 2018. Grâce à ce projet, elle a décidé d'entreprendre des études en agronomie et est aujourd'hui coordinatrice du « Grupo de Mulheres ». Elle est aussi présidente du comité de gestion du commerce équitable de la ville de Boa Esperança.



« C'est une grande fierté de faire partie de ce groupe. Il nous a permis l'autonomisation, des bénéfices sociaux, et aussi la volonté d'être une femme qui a une voix à la maison et dans la coopérative. On se sent écoutées, faisant partie de la coopérative... Cela a beaucoup changé ma vie, et la vie des productrices qui font partie du groupe. »

Eliana Reis

Le mouvement Fairtrade/Max Havelaar reconnaît l'importance de l'égalité des genres pour atteindre un monde plus juste et socialement inclusif, notamment dans les domaines de l'agriculture et de l'industrie du textile, où l'écart entre les genres est encore important. En effet, les femmes ont encore aujourd'hui plus de contraintes que les hommes, sont encore trop sous-représentées et font face à de très nombreuses discriminations. Fairtrade/Max Havelaar contribue à réduire les inégalités entre les genres par la mise en place de cahiers des charges et de sa stratégie genre. Les différents programmes et actions mis en place, tels que les écoles leadership donnent leurs fruits dans plusieurs régions. L'ONG travaille pour aller toujours plus loin dans sa démarche, comme le montrent les études menées actuellement afin d'adapter certains programmes au sein des plantations.

Le commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar apparaît donc comme un véritable levier pour les droits des femmes. L'ONG souhaite encore améliorer et intensifier son engagement, en inscrivant au sein de sa stratégie 2021-2025 comme objectif global l'égalité entre les genres, qui se traduira par une augmentation de la représentation des femmes dans les systèmes de gouvernance (59).

NOTES DE BAS DE PAGE

1. « *Rural women and girls 25 years after beijing* », FAO, 2020, disponible [ici](#) et [ILOSTAT](#)
2. « *La Déclaration universelle des droits de l'homme*, Nations Unies, disponible [ici](#)
3. « *ODD 5 : Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles* », ONU Femmes, disponible [ici](#)
4. « *Empowering rural women, powering agriculture* », FAO, 2018, disponible [ici](#)
5. « *The state of food and agriculture* », FAO, 2011, disponible [ici](#)
6. « *Progress of the world's women* », UN Women, disponible [ici](#)
7. « *The state of food and agriculture* », FAO, 2011, disponible [ici](#)
8. « *Care work and care jobs for the future of decent work* », ILO, 2018, disponible [ici](#)
9. « *A quantum leap for gender equality* », ILO, 2019, disponible [ici](#)
10. « *The gender gap in land rights. Rome* », FAO, 2018, disponible [ici](#)
11. *Gender and Land Rights Database*, FAO, 2020, disponible [ici](#)
12. « *Rural women's participation in producer organizations: An analysis of the barriers that women face and strategies to foster equitable and effective participation* ». Kaaria, S., Osorio, M., Wagner, S. & Gallina, A, 2016
13. « *Politique de la FAO sur l'égalité des sexes* », 2021, disponible [ici](#)
14. « *Favoriser l'autonomisation des femmes pour renforcer l'agriculture* », FAO, 2019, disponible [ici](#) et « *Le leadership féminin et l'égalité femmes-hommes dans la lutte contre le changement climatique et la réduction des risques de catastrophes en Afrique* », FAO, 2021, disponible [ici](#)
15. *Gender Discrimination*, Clean Clothes Campaign, disponible [ici](#)
16. *Gender Policy*, Clean Clothes Campaign, disponible [ici](#)
17. *Gender Discrimination*, Clean Clothes Campaign, disponible [ici](#)
18. *Ibid.*
19. « *Eight Years Later: From Rana Plaza to a Sustainable Fashion Future* », Fairtrade International, 2021, disponible [ici](#)
20. *Chiffre monitoring 2020*, Fairtrade International.
21. *Ibid.*
22. « *La superación de brechas de género en el comercio justo - El caso de pequeños productores de América Latina* », Ximena Olmos, Fairtrade et la CLAC, 2021, disponible [ici](#)
23. « *El estado mundial de la agricultura y la alimentación* », FAO, 2017, disponible [ici](#)
24. « *Standard Fairtrade pour les Organisations de Petits Producteurs* », Fairtrade International, 2019, disponible [ici](#)
25. « *The futur is fair – annual report, 2020-2021* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
26. « *Monitoring the scope and benefits of fairtrade* », Fairtrade International, 2018, disponible [ici](#)
27. « *Improving conditions in tea plantations in Assam* », Fairtrade and ILO, disponible [ici](#)
28. « *Stratégie genre 2016-2020* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
29. « *Eight Years Later: From Rana Plaza to a Sustainable Fashion Future* », Fairtrade International, 2021, disponible [ici](#)
30. « *Parvenir à assurer un revenu ou salaire vital aux producteurs et travailleurs* », Max Havelaar France, disponible [ici](#)
31. « *Charte Internationale du Commerce Equitable* », 2018, disponible [ici](#)
32. « *Qu'est-ce que le commerce équitable ?* », Max Havelaar France, disponible [ici](#)
33. « *Le label et les cahiers des charges Fairtrade/Max Havelaar* », Max Havelaar France, disponible [ici](#)
34. « *Stratégie genre 2016-2020* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
35. *Ibid.*
36. « *Women's access, progress and equity and uptake of empowerment* », Fairtrade International, 2020, disponible [ici](#)
37. « *Stratégie genre 2016-2020* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
38. « *Gender Equality* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
39. « *Standard Fairtrade pour les Organisations de Petits Producteurs* », Fairtrade International, 2019, disponible [ici](#)
40. « *Politica de genero – coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequenos productores de comercio justo CLAC* », Fairtrade y CLAC, 2017, disponible [ici](#)

NOTES DE BAS DE PAGE

40. « *Politica de genero – coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequenos productores de comercio justo CLAC* », Fairtrade y CLAC, 2017, disponible [ici](#)
41. « *La superación de brechas de género en el comercio justo - El caso de pequeños productores de América Latina* », Ximena Olmos, Fairtrade et la CLAC, 2021, disponible [ici](#)
42. *Ibid.*
43. « *Study of Fairtrade Africa's Status on Gender Equality and women empowerment* », Fairtrade Africa, 2021, disponible [ici](#)
44. « *SDG 5: gender equality* », Fairtrade Network of Asia and Pacific, disponible [ici](#)
45. « *Setting the standard for a Fashion Revolution* », Fairtrade International, 2020, disponible [ici](#)
46. « *Standards Fairtrade pour le textile* », Fairtrade International, 2021, disponible [ici](#)
47. « *Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics Volume XLIV No. 1, Cocoa Year 2017/18* », ICCO, 2018, disponible [ici](#)
48. « *Assessing women's roles in Nestlé's Ivory Coast Cocoa Supply Chain* », Fair Labour Association, 2014, disponible [ici](#)
49. « *Economic empowerment of African Women through Equitable Participation in Agricultural Value Chains* », Banque Africaine de développement, 2015, disponible [ici](#)
50. « *Women's rights in the cocoa SECTOR - Examples of emerging good practice* », Oxfam, 2016, disponible [ici](#) , et « *Craving a change in chocolate: how to secure living income for cocoa farmers* », Fairtrade Foundation, 2019, disponible [ici](#)
51. « *La superación de brechas de género en el comercio justo - El caso de pequeños productores de América Latina* », Ximena Olmos, Fairtrade et la CLAC, 2021, disponible [ici](#)
52. « *Study of Fairtrade Africa's Status on Gender Equality and women empowerment* », Fairtrade Africa, 2021, disponible [ici](#)
53. « *Stratégie genre 2016-2020* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
54. « *Setting the standard for a Fashion Revolution* », Fairtrade International, 2020, disponible [ici](#)
55. « *Fairtrade Premium* », Fairtrade Foundation, disponible [ici](#)
56. *Ibid.*
57. « *Workers' rights* », Fairtrade International, disponible [ici](#)
58. Chiffres monitoring 2020, Fairtrade International
59. « *The futur is fair – introduction to the fairtrade global strategy 2021-2025* », Fairtrade International, disponible [ici](#)

À propos de l'association Max Havelaar France

L'ONG Max Havelaar France, membre fondateur du mouvement international Fairtrade/Max Havelaar, agit pour un commerce équitable, respectueux des droits humains et de l'environnement. Avec le label Fairtrade/Max Havelaar, elle mobilise les entreprises, les consommateurs et les pouvoirs publics afin de transformer les pratiques et de soutenir les producteur.rice.s et travailleur.se.s défavorisés. Elle sensibilise l'opinion publique et milite en faveur d'une économie mondiale éthique et responsable. **Plus d'informations sur www.maxhavelaarfrance.org**

CONTACT PRESSE

Agence Etycom | Aelya NOIRET | 06 52 03 13 47 | a.noiret@etycom.fr

Association Max Havelaar France | Anne-Lise FRANCOIS | 07 84 90 54 33 | a.francois@maxhavelaarfrance.org

Association Max Havelaar France

Le Château Etic | 75 Allée des Parfumeurs | 92000 Nanterre

+33 (0)1 42 87 70 21 | info@maxhavelaarfrance.org

www.maxhavelaarfrance.org



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR
FRANCE