



E T U D E F I N A L E
R A P P O R T A N A L Y T I Q U E

Programme
COMMUNICATION SOCIALE, PARTICIPATION POLITIQUE
ET GOUVERNANCE DEMOCRATIQUE POUR L'HABILITATION DES FEMMES AU MAROC
2006 - 2008

Fonds de Développement des Nations Unies pour les Femmes
UNIFEM

TABLE DES MATIERES

Introduction	p.3
I. La mise en œuvre des mécanismes de suivi et d'évaluation	p.6
II. Le programme « Communication sociale pour l'habilitation des femmes au Maroc » a eu pour effet de contribuer à rendre le contexte socio-culturel plus favorable à la défense des droits des femmes	p.13
III. Une application du Code de la famille plus conforme à l'esprit de la réforme	p.22
IV. La représentation politique des femmes est en voie d'amélioration	p.26
V. Conception du plaidoyer pour l'accès des femmes aux postes de décision dans l'administration publique	p.30
VI. Recommandations pour la poursuite du programme	p.33

Introduction

A. Rappel des termes de références de la mission

Le présent travail est un rapport rédigé pour le compte de l'UNIFEM et constitue l'évaluation finale du « Programme communication sociale et gouvernance démocratique ». Selon les termes de références de la consultation, l'évaluation consistera en une « analyse approfondie des informations et des données collectées lors de la première phase de cette étude ».

Le rapport de l'étude finale intervient au moment où s'achève le « Programme communication sociale et gouvernance démocratique ». L'étude finale doit évaluer les deux composantes de ce programme, à savoir :

- d'une part, l'amélioration de la couverture de sensibilisation/communication. Cet axe comporte les campagnes de sensibilisation et d'information suivantes :
 - a) les campagnes médiatiques grand public (télévision et radio) ;
 - b) les campagnes dans le milieu rural ;
 - c) les campagnes d'information et de sensibilisation auprès des femmes bénéficiaires de micro crédit ;
 - d) les campagnes de sensibilisation en direction des praticiens de la justice (juges, avocats, procureurs, adouls, etc.) ;
- d'autre part, l'action en faveur de la gendérisation de l'administration publique et d'une plus grande représentation des femmes au Parlement. Ce deuxième axe du programme est composé de deux types d'activités :
 - a) le travail de plaidoyer pour la gendérisation de l'administration publique nourri par les études juridiques et sociologiques relatives aux discriminations dont sont victimes les femmes en matière de fonction publique ;
 - b) le travail de sensibilisation et de plaidoyer organisé auprès des instances législatives et décideurs politiques sur l'institutionnalisation d'un quota pour la représentation féminine pour les élections législatives de 2007, et les actions de renforcement des capacités des candidates à travers l'organisation de sessions de formation dans différentes régions du Maroc.

En outre, il s'agira d'évaluer le degré d'appropriation du mécanisme de suivi & évaluation adopté par les partenaires de l'UNIFEM au cours des deux années écoulées (2006-2007).

B. Cadrage de la mission

Le rapport final s'inscrit dans la continuité de l'enquête de terrain réalisée par le précédent consultant auprès des coordinateurs des six projets ainsi que d'un échantillon de bénéficiaires (2 échantillons de 100 personnes et un échantillon de 220 personnes). Le rapport final se nourrira de l'information très riche qui a été récoltée au cours de ce travail.

Selon les termes de références, le rapport final « mettra en exergue les réalisations, les succès et les leçons apprises de ce programme. Plus concrètement, l'étude et l'analyse de ces informations permettront de faire ressortir avec précision : la pertinence, l'efficacité, l'efficience, l'impact et la

viabilité des résultats ainsi que l'appropriation du mécanisme de suivi et d'évaluation interne, et de fournir des recommandations pratiques sur les directions futures ».

Pour réaliser le rapport analytique de l'étude finale, le consultant a étudié les documents pertinents à savoir :

- le document de programme,
- l'étude initiale,
- les comptes-rendus de l'enquête qualitative, à savoir les entretiens à l'état « brut »,
- les résultats de l'enquête quantitative, à savoir les réponses aux questionnaires administrés,
- les rapports des ateliers de programme organisés avec les partenaires,
- les rapports d'activités de chaque projet,
- les produits de chaque projet,
- la note méthodologique et le rapport préliminaire de l'étude finale élaboré.

Muni de la documentation pertinente, le consultant doit :

- « parcourir et analyser les activités et produits réalisés par les partenaires du programme ;
- évaluer les résultats et les impacts du programme tenant compte des objectifs poursuivis par les différents partenaires ;
- fournir un rapport final avec une analyse détaillée ainsi que toutes les recommandations et les orientations nécessaires pour une suite du programme ;
- effectuer une présentation du rapport final à tous les partenaires ».

C. Méthodologie

L'étude finale doit s'articuler au contexte, aux effets et aux résultats attendus du programme

Il s'agira d'évaluer si le contexte est plus favorable à la défense des droits des femmes, à travers une appropriation par les femmes de leurs nouveaux droits et une application effective des dispositions du Code de la Famille par les acteurs chargés de veiller au respect de la loi.

L'étude finale doit chercher à savoir dans quelle mesure l'opinion publique a eu connaissance des changements apportés à la régulation de la vie familiale, particulièrement dans le monde rural ainsi que chez les catégories de femmes vulnérables ayant recours au micro-crédit.

Il conviendra également d'étudier les résultats du programme en matière de plaidoyer pour une plus grande représentativité féminine dans les sphères de décision, notamment au sein des administrations publiques.

Enfin, il s'agira d'évaluer le caractère effectif du quota de femmes accédant à la Chambre des députés après les élections législatives de 2007, et l'engagement des partis politiques en faveur des candidates femmes, ainsi que le résultat du soutien des associations féminines aux femmes candidates.

L'étude finale doit jeter la lumière sur les effets spécifiques de la dimension programme

Le « Programme communication sociale et gouvernance démocratique » comporte deux aspects complémentaires : le programme et les projets. Au-delà de l'évaluation de chaque projet, l'étude finale doit analyser les résultats et les effets spécifiques de la dimension programme en cherchant à savoir en quoi l'articulation des six projets autour de la coordination de l'UNIFEM a été d'une valeur ajoutée. Il conviendra de s'intéresser aux effets de seuil, de synergie et de mutualisation qui se traduiraient notamment par un partage d'information et d'expertise entre partenaires

L'étude finale doit faire apparaître le degré d'appropriation et de mise en œuvre des mécanismes et indicateurs de suivi et d'évaluation formulés dans l'étude initiale

L'étude finale s'intéressera aux mécanismes de suivi et d'évaluation mis en œuvre dans le cadre de ce programme. Elle propose des indicateurs et des mécanismes de suivi et d'évaluation. Elle doit clairement s'articuler au cadre et aux repères énoncés par l'étude initiale, et doit faire apparaître le degré d'appropriation et de mise en œuvre des mécanismes et indicateurs de suivi et d'évaluation formulés dans l'étude initiale. Ces mécanismes et ces indicateurs ont-ils été adoptés? Si oui, de quelle manière et si non, pourquoi? Il s'agit ici non seulement d'évaluer l'impact des activités sur les bénéficiaires, les acteurs associatifs et institutionnels mais aussi « d'évaluer l'évaluation ».

Il sera donc pertinent d'étudier les mécanismes de suivi et d'évaluation dans les deux dimensions, programme et projets. D'une part, nous nous intéresserons à l'évaluation réalisée par la coordination du programme à travers la collecte et le partage de l'information, le suivi sur le terrain, la conception du rapport d'évaluation annuel et l'organisation d'ateliers d'évaluation. D'autre part, l'évaluation interne de chaque projet sera étudiée à travers le recours au canevas proposé par l'étude initiale, le reporting, la collecte d'information, les ajustements et changements adoptés au cours du processus de mise en œuvre.

I. La mise en œuvre des mécanismes de suivi et d'évaluation

Les outils de suivi et d'évaluation auxquels doivent recourir les différents partenaires sont précisés dans le document de programme :

- trois sessions de suivi réunissant l'ensemble des partenaires ;
- trois rapports semestriels présentant l'avancement du projet ;
- un rapport final présentant les conclusions des évaluations participatives et permettant de dégager des pistes d'amélioration et d'élargissement du projet ;
- une évaluation externe du projet qui permettra de tirer les leçons des réalisations et des succès et de fournir des informations sur les directions futures.

Le recours aux mécanismes de suivi et d'évaluation par les différents partenaires du programme « Communication sociale et gouvernance démocratique » s'est déroulé selon les différentes étapes mentionnées dans le document de programme. L'étude initiale et les ateliers de concertation entre les différents partenaires organisés en mars et juin 2006 ont permis d'identifier les mécanismes de suivi et d'évaluation pertinents.

L'atelier de mars 2006 a été l'occasion d'obtenir une compréhension du contexte et une connaissance des différentes composantes du programme, et de définir les contours de l'approche de suivi et d'évaluation. L'atelier de juin 2006 a formé une dizaine de personnes ressources pour le suivi des projets (responsables et coordinateurs de projets) et a permis de développer les compétences nécessaires en matière de suivi et d'évaluation. En outre, plusieurs indicateurs dégagés à partir du cadre logique du programme ont été retenus :

- un indicateur de processus, commun aux deux axes du programme ;
- quatre indicateurs d'effet ;
- dix indicateurs de résultats.

L'atelier de novembre 2007 a fait le bilan des projets mis en œuvre (bilan des activités réalisées, résultats, contraintes et difficultés, leçons apprises et recommandations) et a été un espace de partage des expériences des partenaires (difficultés et contraintes d'exécution des projets) et de formulation des recommandations. Un canevas pour la rédaction du rapport final par chaque partenaire a été adopté avec les rubriques suivantes :

1. Identification du projet ;
2. Rappel du contexte du projet ;
3. Bilan des activités réalisées ;
4. Point sur les résultats du projet ;
5. Pertinence et durabilité des résultats ;
6. Relevé des difficultés rencontrées ;
7. Principales leçons apprises ;
8. Recommandations pour la poursuite du projet.

Classification des indicateurs

Axe 1 : Amélioration de la couverture de communication / sensibilisation

Indicateur de processus	
Effet 1	Indicateurs
Un contexte socioculturel favorable à la défense des droits	Comportements et attitudes des populations et des praticiens de

des femmes et une application du droit plus conforme à l'esprit de la loi.		justice favorables aux droits des femmes. La législation familiale et les procédures d'application sont respectueuses des droits des femmes.
Indicateurs de résultats		
Produits		Indicateurs
Produit 1	La connaissance de l'opinion publique en matière de législation familiale est améliorée.	Nombre de passage TV et radio. Nombre de CD des films. Qualité des messages. Timing des activités de communication & de sensibilisation.
Produit 2	La connaissance des populations, dans certaines régions rurales, en matière de législation familiale, est améliorée.	10 000 personnes touchées par la campagne de sensibilisation. Augmentation du recours au droit. Qualité des messages. Timing des activités de communication & sensibilisation.
Produit 3	La connaissance des bénéficiaires des projets de micro crédit dans certaines régions rurales, en matière de législation familiale, est améliorée.	8000 femmes touchées par les actions d'information. Nombre de femmes bénéficiaires du micro crédit ayant recours aux CEP AJ. Qualité des messages. Timing des activités de communication & sensibilisation. Degré de cohérence entre les différents messages construits dans le cadre du programme (référentiel commun).
Produit 4	Les praticiens de la justice sont plus respectueux des droits des femmes et les appliquent dans l'esprit de la loi.	Degré de diffusion des résultats de l'étude sur le partage des biens Degré d'exploitation des résultats de l'étude. Pertinence des recommandations des ateliers avec les praticiens de la justice. Positions des praticiens en faveur d'une meilleure application de la loi. Degré de recevabilité des praticiens de la justice quant aux propositions de l'étude.
Effet 2		Indicateurs
Les différentes législations et mécanismes institutionnels sont rendus plus efficaces en matière de protection des droits des femmes.		Les amendements ou améliorations apportés aux procédures, circulaires en vigueur.
Indicateurs de résultats		
Produit		Indicateurs
Produit 1	Les décideurs sont sensibles aux carences des lois et engagés à améliorer leur application.	Degré de diffusion de partage des rapports d'études. 8 séminaires/conférence débats tenus avec les institutionnels (Justice, tribunaux de famille, etc.) pour une meilleure application des lois. Pertinence des conclusions/recommandations des rapports de suivi d'application des lois réalisés.

		Niveau d'utilisation des recommandations de l'étude sur les tribunaux de la famille (méthodologie).
--	--	---

Classification des indicateurs

Axe 2 : Représentation politique des femmes au parlement et gendérisation de l'administration

Indicateur de processus		
Processus		Indicateurs
Un contexte socioculturel favorable à la défense des droits des femmes et une application du droit plus conforme à l'esprit de la loi.		Réforme de la loi électorale, lois des partis politiques incluant des mesures de discrimination positive (quota) en faveur de la représentation politique des femmes et de la gendérisation de l'administration (postes de décision).
Indicateurs d'effet		
Effet 3		Indicateurs
Les lois et mécanismes institutionnels intègrent des mesures de renforcement de la représentativité féminine dans les mandats électoraux et les sphères de décision		Amendements du code électoral en faveur du quota. Mesures d'accompagnement. Mécanismes institutionnels en faveur de la présence des femmes dans les sphères de décision
Indicateurs de résultats		
Produits		Indicateurs
Produit 1	Les associations sont actives et constituent un lobby important pour les changements des lois	Qualité des rapports établis. Qualité des études/enquêtes/recherches en matière de participation politique des femmes et d'accès aux sphères de décision. Qualité des supports de communication établis. Nombre d'activités de lobbying menées par les associations auprès des décideurs institutionnels et des politiques. Degré de coordination en matière d'élaboration de mémorandums. Pertinence des propositions faites par les mémorandums.
Produit 2	Les décideurs, institutionnels et parlementaires et les partis politiques sont favorables au principe du quota et le défendent	Nombre de rencontres tenues. Position publique des décideurs, des institutionnels et des partis politiques en faveur du quota. Nombre de parlementaires présents aux discussions des projets de lois au parlement. Vote des lois au parlement en faveur du quota.
Produit 3	Les décideurs et institutionnels sont favorables à la gendérisation de l'administration publique	Niveau de diffusion de l'étude publiée. Pertinence des recommandations de l'étude. Nombre des institutionnels touchés par le plaidoyer. Plus grande réceptivité/sensibilité à la gendérisation de l'administration publique institué.
Effet 4		Indicateurs
Un quota de femmes accèdent aux instances élues lors des législatives de 2007 et communales de 2008.		Un quota de femmes accèdent aux instances élues lors des législatives de 2007 et communales de 2008.
Produits		Indicateurs
Produit 1	Les femmes candidates des futures élections sont mieux préparées pour se préparer aux élections	6 ateliers de sensibilisation menée auprès des partis politiques pour les sensibiliser au soutien des candidatures des femmes. 4 ateliers de formation en direction de femmes candidates réalisés.

		<p>20 candidates femmes sont formées.</p> <p>12 campagnes de soutien à des candidatures féminines sont menées dans des régions pilotes.</p> <p>Degré d'échange et de capitalisation avec le CLEF.</p>
Produit 2	Les partis politiques engagent des actions en faveur de leurs candidates femmes	<p>Pourcentage des femmes bien placées dans les candidatures des partis politiques.</p> <p>Types d'appui engagés par les partis politiques pour soutenir leurs candidats.</p>

Source : *Etude initiale*, juin 2006

Comme l'indique l'étude initiale, le recours au suivi et à l'évaluation a deux objectifs :

- « d'une part, s'informer sur l'état d'avancement des activités des projets des partenaires du programme et des progrès réalisés ;
- d'autre part, apporter les ajustements et les modifications nécessaires à la mise en œuvre des projets ».

Dans quelle mesure ces mécanismes de suivi et d'évaluation ont permis d'atteindre ces deux objectifs ?

A. Les mécanismes de suivi et d'évaluation ont permis de recueillir les informations pertinentes, notamment sur les degrés de compréhension, de réceptivité et de diffusion des messages

En matière de communication sociale, les outils de suivi ont permis de recueillir des informations et des données, riches et pertinentes. Ainsi, après la campagne de communication grand public organisée par Anaruz, le degré de réceptivité des messages a été testé lors de 4 focus groups, dont deux groupes de femmes CSP C et D âgées de 25 à 40 ans, et deux groupes d'hommes CSP C et D âgés de 25 à 40 ans. Ce test a permis de mieux cerner la compréhension des spots et l'appréciation des messages. Cette étude a révélé que « le style simple et populaire des spots, utilisant la langue dialectale, a favorisé l'accessibilité des messages. » Les spots ont contribué à mieux informer les téléspectateurs, particulièrement sur la disposition relative à l'âge du mariage qui a été la mieux comprise. Les enquêtés demandent une plus grande récurrence des spots télévisés, un meilleur accès à l'information et un plus grand recours aux associations. Plusieurs catégories de femmes souhaitent une plus grande sensibilisation sur la question des violences à l'encontre des femmes.

En outre, le réseau Anaruz a analysé les appels téléphoniques reçus par le centre d'appel mis en place, en recueillant des données sur le nombre d'appels, l'âge et le sexe des interlocuteurs, la répartition géographique des appels et les thématiques abordées lors des appels. Il est apparu notamment que les femmes ont appelé en grande majorité (71% des appels), et que les appels sont concentrés autour des grandes villes (Casablanca, Rabat, Marrakech). Les cinq thématiques les plus abordées sont le divorce, la violence, l'expulsion du domicile conjugal, la garde des enfants et la pension alimentaire.

B. Le système de reporting mis en place par PFM auprès des animateurs des sessions de sensibilisation des femmes porteuses de projets de micro-crédits a permis de recueillir des données sur :

- L'organisation des sessions : la date, le lieu, le nombre de participant(e)s hommes/femmes, la durée
- La qualité des sessions évaluée par les animateurs eux-mêmes : le niveau de participation des bénéficiaires, la discussion sur des cas réels, les difficultés de compréhension sur les thèmes, le degré d'acceptation des participant(e)s sur les dispositions du NCF.

Une première évaluation auprès des animateurs et des bénéficiaires a été organisée par PFM et l'ADFM après deux mois de campagne (novembre et décembre 2007). Cette évaluation a permis d'analyser les sources de données suivantes :

- Les rapports mensuels des animateurs,
- Les enregistrements audio d'une session d'une animatrice,
- Des entretiens directs avec les animateurs,
- Des focus groups avec des femmes bénéficiaires.

Au terme de l'évaluation réalisée par PFM et l'ADFM, il est apparu que :

- « - Les thèmes les plus faciles à communiquer aux bénéficiaires sont : les capacités au mariage, la tutelle, les conditions dans l'acte du mariage et les responsabilités conjointes. Les thèmes les moins faciles à aborder sont : les procédures administratives, le contrat annexe, le chiqaq, le divorce par consentement, la pension, la garde des enfants.
- Le thème qui recueille le plus d'adhérence et qui n'a pas connu aussi de difficulté de compréhension est les responsabilités conjointes au sein du couple.
 - Le thème ayant connu le moins d'adhérence auprès des participant(e)s est celui du divorce par consentement.
 - Le thème le plus difficile à comprendre est la pension. »

C. Les entretiens avec les animateurs et les bénéficiaires ont permis de s'informer sur les attentes des femmes et sur la capacité et la légitimité des acteurs sociaux à intervenir dans le champ de la sensibilisation autour du Code de la famille :

- Il convient de noter l'intérêt et la motivation des participantes. Les femmes des zones rurales ont un premier accès aux dispositions du Code de la Famille, et sont prêtes à accorder du temps aux sessions de sensibilisation.
- Les participantes ont des attentes importantes par rapport aux associations des droits des femmes comme l'indique le rapport de PFM : « Les participant(e)s reconnaissent que la condition des femmes s'est améliorée et c'est la volonté de personnes et d'associations que l'on retrouve derrière la réforme de la Moudawana mais que la discrimination persiste ».
- Les participantes ont relaté les discriminations dont elles sont victimes, notamment en matière de polygamie et de mariage précoce, et ont identifié l'absence d'autonomie financière et le manque d'information sur leurs droits comme des causes de passivité face à la violence du mari.
- Les femmes bénéficiaires ont peu confiance en la Justice car nombre d'entre elles estiment que « l'homme peut toujours soudoyer le juge pour avoir le jugement en sa faveur. Les femmes sont conscientes en général du décalage qui existe entre la

loi et son application et affirment que les femmes trouvent des difficultés à faire valoir les droits cités dans la Moudawana.

D. Les ajustements et les changements apportés suite au suivi et à l'évaluation des projets

Le suivi et l'évaluation ont également permis de faire les ajustements nécessaires dans les activités programmées. Ainsi, dans le cadre du renforcement des capacités des candidates aux élections législatives de septembre 2007, Ennakhil a élaboré un document « Explications sur le changement d'activités » exposant les changements que l'association a apportés aux activités prévues par le document de projet initial. Alors que quatre sessions de formation étaient prévues au profit des femmes potentiellement candidates pour les élections législatives de 2007, il a été convenu de substituer aux deux sessions de formation un programme d'accompagnement des femmes effectivement candidates, notamment dans l'élaboration des plans de campagne.

Ces sessions de formation ont été organisées au bénéfice de femmes qui avaient de fortes probabilités d'être en tête de liste, mais les prévisions de l'AEFE n'ont pas été confirmées par les décisions des partis politiques. Aussi, les deux autres cycles de formation initialement prévus n'ont pu être organisés, et un programme d'accompagnement des candidates effectives aux élections législatives leur a été substitué.

Grâce aux mécanismes de suivi mis en place, un ajustement a également été apporté dans le projet mis en œuvre par l'ADFM et visant à organiser un plaidoyer pour la gendérisation de l'administration publique. Ainsi, dans le volet concernant la conception d'une étude juridique sur cette thématique, le consultant initialement recruté a présenté un draft qui ne correspondait pas aux termes de références, et il a été fait appel à une nouvelle consultante.

E. Le suivi et l'évaluation de la sensibilisation des acteurs de la Justice

Les rapports d'ateliers organisés par l'AMVEF au bénéfice des acteurs de la Justice ont permis de relever l'évolution de la compréhension des nouvelles dispositions du Code de la Famille par les participants. Cette compréhension va dans le sens d'une meilleure prise en compte de l'approche genre et de l'esprit du Code de la famille.

L'évaluation des ateliers a également révélé que ces formations ont permis aux acteurs de la justice de travailler ensemble sur l'application du Code de la Famille. Cette approche a permis aux avocats comme aux juges et aux procureurs du roi de s'imprégner des échanges entre différentes corporations.

En outre, les rapports d'ateliers ont jeté la lumière sur les difficultés auxquels doivent faire face les juges -et qui constituent autant d'obstacles à une application du Code de la Famille conforme à son esprit-, ont été identifiés lors des ateliers de formation.

F. L'approche programme et ses effets

La dimension programme produit des externalités positives et des gains en termes de temps, d'efficacité et d'impact. La dimension programme peut avoir trois types d'effets : effet de seuil (regroupement des actions les plus conséquentes), effet de mutualisation (des moyens et des compétences, partage d'expériences et d'expertise), effet de synergie (émergence de complémentarités et de liens potentiels entre les différents projets).

Lors des ateliers de suivi et d'évaluation, les partenaires ont rappelé l'importance de l'approche programme et de la « culture de partage », et son originalité qui « réside dans son caractère transversal en termes de thématiques des projets et de représentation géographique ». Les partenaires ont également souligné les « liens entre les mouvements des droits des femmes et la microfinance », d'autant que les femmes porteuses de projets de micro-crédit sont inscrites dans des processus d'habilitation du fait de leur capacité d'initiative et d'autonomisation financière.

Les acteurs associatifs se sont appropriés l'approche programme comme l'illustre la démarche de PFM qui a fait appel à l'expertise de l'ADFM pour assurer la formation de formateurs, en collaboration avec les services de formation interne des associations de micro-crédit. Cette expérience en matière de conception d'outils de formation est un exemple concret de l'effet de mutualisation induit par l'approche programme. PFM a bénéficié de l'expertise de l'ADFM en matière de genre, et c'est la collaboration entre les deux structures qui a permis l'élaboration des contenus de formation. La démarche participative qui a été adoptée avec les formateurs a permis de renforcer les capacités des associations de micro-crédit sur les thématiques du Genre et du Code de la Famille.

PFM a également mis à profit le réseau ANARUZ en incitant les associations de micro-crédit à prendre contact avec les associations de droits des femmes disposant de centres d'écoute. Dans les cas de demandes d'assistance qui sont formulées par les bénéficiaires au moment des séances d'information et de sensibilisation autour du Code de la Famille, les animateurs peuvent les orienter vers les centres d'écoute.

Grâce à la coordination entre PFM, ADFM et le réseau Anaruz, les effets de complémentarité et de synergie induits par la dimension programme ont donc permis d'engager une collaboration entre les animateurs des AMC et les centres d'écoute. Lors des séances de sensibilisation au Code de la Famille au bénéfice des femmes porteuses de projets, les animateurs se trouvent nécessairement confrontés à des demandes d'écoute et de conseil qu'ils ne sont pas toujours en mesure de satisfaire, particulièrement lorsque les femmes souhaitent une assistance juridique.

L'approche programme a également eu des effets positifs sur la capacité d'évaluation de PFM qui a associé l'ADFM au travail d'évaluation auprès des animateurs et des bénéficiaires, à travers l'analyse des rapports mensuels des animateurs, les entretiens directs et les focus groups.

Un des effets positifs majeurs induits par la dimension programme est l'amorce d'une intégration plus poussée de l'approche genre au secteur du micro-crédit. Ainsi, un atelier de formation sur le thème de « l'approche genre » a été organisé en décembre 2007 au bénéfice des AMC, et une stratégie « genre » est en débat dans le monde de la microfinance.

En matière de plaidoyer en faveur d'une plus grande représentativité des femmes en politique, un effet de seuil a été possible grâce à une coordination poussée entre l'ADFM et l'AEFE qui ont réalisé plusieurs manifestations dans toutes les régions du Maroc. Plus de 1 000 associations sont actuellement mobilisées sur les droits politiques des femmes et pour un seuil minimal de 30 % dans les instances désignées lors des élections communales de 2009.

La « Lettre d'information » a permis de partager l'information et de maintenir chaque partenaire informé des activités des différents projets. Initialement destinée à être exclusivement une source d'information sur le programme « Communication sociale et gouvernance démocratique », la lettre d'information a élargi son contenu aux activités de tous les partenaires de l'UNIFEM.

II. Le programme « Communication sociale pour l'habilitation des femmes au Maroc » a eu pour effet de contribuer à rendre « le contexte socio-culturel plus favorable à la défense des droits des femmes ».

Dans quelle mesure les actions des différents projets composant le programme ont renforcé « un contexte socio-culturel favorable à la défense des droits des femmes et une application du droit plus conforme à l'esprit de la loi »? Plus précisément, dans quelle mesure le programme a permis aux femmes d'être informées de la réforme du Code de la Famille, de prendre conscience de leurs droits dans la sphère familiale et de les faire valoir ?

A. Un large public est informé sur les nouvelles dispositions du Code de la famille

A l'ère de la médiatisation, le recours à la télévision et à la radio sont les moyens les plus efficaces pour agir sur le contexte socio-culturel en informant les populations et en contribuant à modifier les stéréotypes. Aussi, du 8 mars au 8 avril 2007, le réseau Anaruz a conçu et mis en œuvre une campagne de communication sur le thème du Code de la Famille, autour de quatre thématiques : l'expulsion du domicile conjugal, la dissolution du mariage (Chiqaq), l'âge de mariage et le partage des biens. Quatre spots télévisés en arabe ont été diffusés sur les deux chaînes nationales, Al-Awla et 2M, et quatre spots radiophoniques ont été diffusés sur Casa FM et la SNRT. A la fin de chaque spot, les téléspectateurs, et les auditeurs qui désiraient mieux s'informer sur les dispositions du Code de la Famille avaient à leur disposition le numéro de téléphone du centre d'appel mis en place par le réseau Anaruz.

La campagne de communication mise en œuvre par Anaruz a suscité l'intérêt du grand public. Le centre d'appel a permis de recueillir 2036 appels soit une **augmentation de 59% du nombre des appels** par rapport à la campagne initiée par l'ADFM en 2006.

La campagne de communication de 2007 a suscité l'intérêt croissant des hommes par rapport à la campagne précédente : 592 appels au lieu de 213 appels en 2005 soit une augmentation de 177%.

Bien qu'il y ait eu des appels de la part des hommes en nombre croissant, la campagne de communication a principalement suscité la réaction des femmes. En effet, les téléspectateurs et les auditeurs qui ont émis des appels sont dans leur très grande majorité des femmes, **à près de 71%.**

Les jeunes (moins de 40 ans) ont massivement contacté le centre d'appel puisqu'ils représentent **69% des appels** (1397 appels).

Fréquence des thèmes abordés lors des appels téléphoniques au moment de la campagne de communication

Thème	Nombre d'appels
Divorce	619
Violences physiques	465
Expulsion du domicile conjugal	393
La pension alimentaire	292
La garde des enfants	218
Informations générales sur la Moudawana	183
Absence du mari	159
Âge du mariage	135
Partage des biens	125
Polygamie	55
Enfants nés hors cadre du mariage	52
Violation de droit	20
Viol et kidnapping	11

Source : Rapport post-campagne, Anaruz

Si les thématiques relatives au divorce et à l'expulsion du domicile familial ont suscité de nombreux appels, l'âge du mariage et le partage des biens ne viennent qu'en 8^e et 9^e position des motifs d'appel. Paradoxalement, les appels n'ont pas toujours pour objet les thématiques explicitement traitées par les spots qui ont été diffusés. Ainsi, les violences physiques, la pension alimentaire et la garde des enfants figurent parmi les thématiques les plus abordées lors des appels.

Des spots construits autour de messages clairs et ciblés

Le post-test qualitatif auprès de deux focus group de femmes et de deux focus group d'hommes (25-40 ans, CSP, C et D), a permis de mieux cerner la compréhension des spots et l'appréciation des messages. Cette étude a révélé que « le style simple et populaire des spots, utilisant la langue dialectale, a favorisé l'accessibilité des messages. » Les spots ont contribué à mieux informer les téléspectateurs, particulièrement sur la disposition relative à l'âge du mariage qui a été la mieux comprise. Le post-test a également révélé une demande d'information –particulièrement de la part des femmes- sur les conditions de validité et les procédures de l'article relatif au Chiqâq, ainsi que celui traitant du droit des femmes au domicile conjugal (cette disposition a été dans certains cas comprise comme donnant à la femme le droit au logement du mari dans tous les cas de figure). Le spot sur le contrat de répartition des biens acquis pendant le mariage a été le moins bien compris de tous les spots, et une demande d'information a été formulée sur la nature des biens à partager. La mise en scène et les personnages de ce spot ont plutôt favorisé l'identification des classes moyennes instruites car il a été perçu comme s'adressant « aux gens aisés, et non aux analphabètes ».

La campagne de communication grands médias (télévision et radio) a touché les classes moyennes plutôt que les populations vulnérables, les citadins plutôt que les ruraux, et les jeunes plutôt que les personnes âgées

Spots	Fonctionnaires		Employés		Etudiants	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Mariage et âge légal	6	30	3	15	3	7,5
Divorce à l'initiative des femmes	2	10	2	10	0	0
Droit au domicile conjugal	1	5	1	5	0	0
Partage des biens	0	0	0	0	0	0
Interviewés	20	100	20	100	40	100

Source : enquête auprès du grand public réalisée par le consultant Abdesslam Fazouane.

Comme l'indiquent les résultats de l'enquête réalisée auprès du grand public, les spots ont principalement touché les classes moyennes, notamment les fonctionnaires (Rabat) qui étaient 30% à avoir vu le premier spot (mariage légal), et les employés (Casablanca) qui étaient 15% à voir le même spot. A l'inverse, les ruraux n'ont été que 10 % -exclusivement des femmes- à l'avoir vu alors que les femmes vulnérables porteuses de projets de micro-crédit n'ont été que 5,6%. Il faut également souligner que les étudiants ont été relativement peu touchés par la campagne de communication (7,5%)¹.

Si nous tenons compte des résultats de l'enquête, nous pouvons dire que la campagne à travers la télévision et la radio a principalement touché les classes moyennes urbaines plutôt que les populations les plus pauvres du monde rural, et parmi les ruraux les femmes plutôt que les hommes.

En définitive, ces données montrent que la campagne de communication autour du Code de la Famille ne laisse pas indifférent. Les hommes sont de plus en plus sensibles à la réforme du Code de la Famille et formulent des questionnements. Les spots « parlent » aux femmes et suscitent des demandes d'information et de conseil. Ces évolutions contribuent à modifier les représentations et les comportements négatifs à l'égard des femmes.

L'utilisation d'une langue simple et la mise en scène de milieux populaires favorise l'identification des groupes vulnérables aux personnages des spots. Les personnes interrogées « ont le sentiment que cette campagne leur reconnaît le droit à cette information sur leurs droits et que la connaissance de la loi n'est plus uniquement une affaire de spécialistes. » De plus, certaines femmes enquêtées soulignent que cette campagne contribue à renforcer la confiance des femmes en elles-mêmes, même si elles ne sont pas en situation de victimes.

¹ Ces chiffres sont tirés de l'enquête d'évaluation externe réalisée par le consultant Abdesslam Fazouane.

Dans l'ensemble, la télévision reste un outil d'information et de vulgarisation indispensable, particulièrement pour les populations pauvres et analphabètes. **Les enquêtés demandent une plus grande récurrence des spots télévisés, un meilleur accès à l'information et un plus grand recours aux associations.** Plusieurs catégories de femmes souhaitent une plus grande sensibilisation sur la question des violences à l'encontre des femmes.

Certes, les dispositions du Code restent, en règle générale, mal connues. Hormis les dispositions relatives à l'âge du mariage traitées par le premier spot, le reste des articles est l'objet de méconnaissances. Le fait de ne pas avoir une connaissance poussée du Code pour les couches les moins favorisées s'explique en partie par la vulnérabilité des populations. **Ce constat montre qu'il est nécessaire de maintenir les efforts déployés en matière de sensibilisation autour du Code de la Famille car les dispositions les mieux connues sont celles qui ont été le plus vues ou entendues par les enquêtés.** Les acquis les plus importants de la campagne Anaruz sont qu'elle a suscité une demande d'information et de conseil et qu'un nombre croissant de femmes vulnérables savent désormais l'existence d'un Code qui protège leurs droits et qui fait de la sphère familiale un espace de rapports de droit et non de rapports de force.

B. Sensibiliser les femmes du monde rural à travers les caravanes

Si les femmes vulnérables ont été également sensibilisées à travers la campagne de communication Anaruz, elles ont été particulièrement ciblées par les campagnes organisées par CDG dans le monde rural. En effet, les femmes vulnérables au Maroc sont avant tout des femmes rurales car elles sont les premières touchées par l'analphabétisme et la pauvreté.

Le projet mis en œuvre par le CDG a permis de cibler ces populations vulnérables. Le CDG a organisé une vaste campagne de sensibilisation autour du Code de la Famille (ainsi que du Code du Travail) sur 24 sites répartis dans 7 régions du Maroc : Sidi Kacem, Chaouia-Ourdigha, Casablanca, Salé-Zemmour-Zair, Taounate-El Hoceima, et Safi. Cette campagne, qui a permis de distribuer 5000 exemplaires du Code de la Famille, s'est déroulée du 24 mai 2006 au 6 mai 2007, **et a touché près de 10157 personnes dont 68% de femmes.**

En outre, des sessions de sensibilisation ont été organisées au profit de 90 adouls ainsi que de 246 représentants d'administrations publiques (Enseignement, Santé, Police, Gendarmerie, Jeunesse), et d'associations.

La sensibilisation au Code de la Famille qui s'est déroulée sur les différents sites a consisté à présenter les dispositions du texte aux populations fréquentant le souk hebdomadaire. Pour ce faire, l'équipe du CDG a installé à chaque étape une grande tente (khayma) ouverte au public.

Etant donnée sa visibilité dans l'espace public de chaque localité visitée, ce procédé a permis à l'équipe du CDG de côtoyer un grand nombre de personnes qui se rendent chaque semaine au souk, y compris les femmes vulnérables. Ainsi, les animateurs du CDG ont eu à recueillir à plusieurs reprises les questionnements et les préoccupations de femmes victimes de violences. Des cas de femmes séquestrées par des membres de leurs familles ont été recueillis, une femme a été emprisonnée dans un puits, tandis qu'une autre a été enfermée par son père qui voulait la priver d'héritage.

Du fait du champ d'action nécessairement limité dans le temps et l'espace, aucune des 150 personnes enquêtées à Bir Jdid, Souq Al-Arba'â et Tifelt², n'a eu de souvenir de l'activité organisée par CDG. Dans le milieu rural où le contrôle social est plus poussé que dans le milieu urbain, la sensibilisation itinérante, s'est heurtée, sur certains sites, à la difficulté de toucher les femmes qui ont relativement peu accédé aux tentes du CDG.

L'évaluation des campagnes de sensibilisation des populations du monde rural sur le mode des grandes tentes dressées dans les souks appelle plusieurs remarques.

Les supports écrits ne sont pas nécessairement adaptés aux populations vulnérables, souvent analphabètes du monde rural. Même les populations instruites n'ont que peu d'habitudes de lecture. **Pour mieux sensibiliser les populations du monde rural, il est préférable de multiplier les supports audio-visuels.** L'expérience de PFM qui s'est appuyé sur les contes de Nejma pour produire des supports audio peut être utile aux prochaines campagnes destinées au monde rural d

La préparation en amont des prochaines campagnes de sensibilisation au bénéfice des populations du monde rural devrait être plus poussée. **Les contacts et la coordination avec les associations pour la défense des droits des femmes mais aussi avec les coopératives, les associations de développement et de micro-crédit implantées au niveau local et régional permettraient de cibler davantage les femmes vulnérables.**

Deux options se présentent aux partenaires du programme :

- **Première option : reproduire la même expérience des caravanes avec l'établissement de la tente dans le souk.** Cette option n'est pas souhaitable car les effets à ce stade s'avèrent limités du fait de la brièveté de la présence des animateurs dans les villages, de supports écrits inadaptés à la population analphabète et de la difficulté à sensibiliser les femmes dans des espaces publics ouverts comme le souk puisqu'elles sont toujours l'objet des regards des acteurs les plus conservateurs.
- **Seconde option : maintenir l'expérience des caravanes avec un travail de coordination poussée en amont avec les associations locales et les centres d'écoute :** associations des droits des femmes, les associations de droits humains, les associations de micro-crédits et les associations développement. Cette coordination permettra d'assurer une affluence plus cohérente vers les tentes et de mieux la réguler tout assurant une prise en charge des cas de violence par les représentants des centres d'écoute.

Le rapport du CDG s'oriente vers cette seconde option puisque le coordinateur souligne dans son rapport qu'il convient « d'utiliser tous les moyens pour faciliter l'accès des femmes au Khayma (porte à porte, le haut parleur, les maisons des jeunes...) ». Le rapport de CDG estime également que « le travail de proximité avec les citoyennes et les citoyens est la méthode la plus réussie ». Aussi, il est préférable de prévoir un autre volet dans les campagnes de sensibilisation en direction du monde rural en ciblant plus spécifiquement les femmes vulnérables et en privilégiant des modes de sensibilisation moins impersonnels que la tente. Il s'agira ici aussi de réaliser tout un travail de coordination en amont avec les coopératives

² Ces chiffres sont tirés de l'enquête d'évaluation externe réalisée par le consultant Abdesslam Fazouane.

et les associations locales qui pourraient être chargées de réunir les populations dans des espaces publics fermés (local d'association, salle de la commune...). Des supports plus adaptés, notamment des supports audiovisuels mettant en scène le monde rural et faisant ressortir ses spécificités pourraient être utilisés. Enfin, il convient d'**impliquer davantage les centres d'écoute du réseau Anaruz** dont les ressources humaines pourraient venir en appui au CDG lors des tournées effectuées dans le monde rural, particulièrement sur les questions de conseil et d'assistance juridiques des femmes victimes de violences.

C. Sensibiliser les femmes vulnérables du monde rural sur le Code de la Famille à travers le micro-crédit

Les femmes porteuses de projet de micro-crédit sont des populations vulnérables inscrites dans un processus d'habilitation/autonomisation. L'expérience montre que les femmes s'inscrivent sur le long terme, et s'avèrent de meilleures gestionnaires que les hommes. Ce type de transaction marchande et de mobilisation de ressources constitue une importante source de valorisation de soi, et apporte un démenti au stéréotype de l'homme seul en mesure de subvenir aux besoins de la famille. La mise en œuvre de projets de micro-crédit par les femmes s'inscrit dans la transformation des rapports sociaux de genre puisque elle offre l'opportunité aux femmes de prendre en charge les besoins matériels de la famille.

Par le nombre de potentiel de personnes qui pourraient être sensibilisées, le secteur du micro-crédit offre de grandes opportunités d'action en faveur de l'autonomisation des femmes puisque le nombre de clients des AMC est de 1,4 million de personnes dont plus de 65% de femmes. Ce type d'action peut s'intégrer aux activités de micro-crédit car les AMC proposent très souvent des services non financiers aux bénéficiaires : programmes d'alphabétisation, d'éducation, de santé.... En outre, les clients soulignent l'impact positif du micro-crédit en matière de santé (37%) et d'éducation (36%). Surtout, plus de 45% des clients affirment que ce type de projet leur a permis de bénéficier d'une meilleure considération du conjoint ainsi que des enfants.

Par ailleurs, les associations de micro-crédit constituent des relais importants en matière de sensibilisation sur le Code de la Famille, car il y a une opportunité de contact suivi avec les femmes puisqu'elles représentent 65% des bénéficiaires. L'approche utilisée (groupes solidaires, relation de l'agent de crédit avec les demandeurs de crédits) permet de construire une relation de confiance et un effet de diffusion et d'entraînement avec les groupes solidaires. Cibler les contractantes de micro-crédit cela revient donc à cibler les populations en quête de filet social, caractérisées par leur grande vulnérabilité, et moins touchées par les campagnes institutionnelles. La sensibilisation autour du Code de la Famille intervient donc dans un processus d'habilitation des femmes. Elle vient renforcer ce processus tout en lui étant complémentaire.

PFM s'est donné comme objectif de sensibiliser 8000 femmes bénéficiaires des AMC sur le Code de la Famille et 35 000 bénéficiaires indirects. Pour atteindre cet objectif, il était nécessaire de :

1. Etablir des synergies entre le secteur de la microfinance axé sur le développement économique et le mouvement de défense des droits des femmes,

2. Concevoir des supports de communication adaptés aux bénéficiaires de microcrédit,
3. Former les agents de crédit des AMC aux actions de prévention et sensibilisation à la Moudawana (la non discrimination, l'égalité des chances et la lutte contre la violence envers les femmes, etc.) ».

PFM a établi un partenariat avec 4 associations de micro-crédit : Al Amana, AMOS, la Fondation ARDI, et la Fondation Zakoura.

Les associations de micro-crédit ont organisé des actions de sensibilisation sur plusieurs sites :

- Khénifra, El Kbab, Midelt (AMOS),
- Errachidia, Erfoud, Tinejdad, Goulmina, Tadighoste, Bouchiha Tilouinne, Rissani (Fondation ARDI),
- Assilah, Agadir, Azrou, Casablanca, Chichaoua, El Hajeb, El Kelaâ des Sraghna, Essaouira, Goulmima Khemissat, Marrakech, Meknès, Nador, Ouezzane, Oujda, Rabat, Tanger, Temara, Tetouan (Al Amana),
- Tanger, Salé, Khemesset, Casablanca, El Jadida, Safi, Essaouira, Beni Mellal, Taroudant, Oudja, Fes, Taza (Fondation Zakoura).

Les sessions ont été élaborées afin de se dérouler sur une période de 40 minutes. Une session d'introduction a permis de « prioriser les attentes des participants sur les thèmes à aborder et de répondre ainsi en premier aux besoins de connaissances exprimés ». Le mariage, la dissolution du mariage et l'avoir des enfants et ses conséquences, constituent les thématiques retenues pour la campagne de sensibilisation.

Les supports utilisés se sont inspirés des outils existants, notamment la « Moudawana Autrement » établi par la GTZ et Secrétariat d'Etat à la Famille, le livret sur le Code de la Famille conçu par le Secrétariat d'Etat en charge de l'Alphabétisation et l'Education non formelle, et le DVD de Tanmia « Connais tes droits ».

Le dispositif de formation mis en place par PFM en collaboration avec l'ADFM, a permis de former 59 animateurs. Au cours des séances des formations de 16 formateurs qui se sont étalées sur trois jours, les participants ont travaillé sur les thématiques suivantes :

- Présentation du projet de campagne de sensibilisation au Nouveau Code de la Famille par les Associations de Microcrédit,
- Introduction au Code de la Famille. L'esprit de la loi et les nouvelles dispositions du Code,
- Rappel des principes de l'andragogie et formation pour adultes,
- Présentation des 3 modules (Mariage, dissolution du mariage et les enfants),
- Présentation des techniques d'animation et des supports sélectionnés pour chaque module.

Le kit pédagogique utilisé par les formateurs comprend un guide d'animation traitant des thématiques retenues et précisant les techniques d'animation à développer avec les bénéficiaires, deux affiches annonçant le lancement de la campagne, le texte bilingue « Moudawana autrement », et un CD-ROM pour les activités orales.

Au 31 décembre 2007, la campagne a permis de toucher 4396 bénéficiaires en deux mois et 2000 livrets de vulgarisation du Code de la Famille ont été distribués. Les AMC ont touché :

- 370 bénéficiaires (346 femmes, 24 hommes) pour Al Amana
- 858 bénéficiaires (750 femmes / 108 hommes) pour la Fondation ARDI
- 1 384 bénéficiaires femmes, pour AMOS
- 1 784 bénéficiaires (répartition homme/femme non disponible) pour la Fondation Zakoura.

Les sessions de sensibilisation ont rassemblé en moyenne des groupes composés de 14 personnes et une durée moyenne de 30 minutes a été consacrée à chaque thème abordé.

Une collaboration a été engagée entre les animateurs des AMC et les centres d'écoute. Lors des séances de sensibilisation au Code de la Famille au bénéfice des femmes porteuses de projets, les animateurs se trouvent nécessairement confrontés à des demandes d'écoute et de conseil qu'ils ne sont pas toujours en mesure de satisfaire, particulièrement lorsque les femmes souhaitent une assistance juridique. Ainsi, les trois centres d'écoute collaborant avec les AMC à Khénifra, El Hajeb et Nador ont déjà apporté leur assistance juridique à plusieurs femmes bénéficiaires.

Les difficultés relevées lors de la mise en œuvre du projet ont concerné :

- La durée de mise en œuvre. Initialement prévu pour 18 mois, le projet coordonné par PFM a nécessité 24 mois afin d'assurer une coordination plus poussée entre partenaires, tenir compte des périodes de ralentissement des activités (été, ramadan) et toucher les 8000 bénéficiaires.
- **Le degré de mobilisation des centres d'écoute du réseau Anaruz** puisque seuls 3 centres collaborent avec les agences de micro-crédit, et les demandes d'assistance juridique n'ont pas été encore prises en charge.
- **L'écart entre la loi et son application** car la lenteur des procédures, la non exécution des jugements nuisent à la crédibilité de la Justice.

Comme le note le coordinateur du projet, **l'étude des rapports a permis de dégager les thèmes les plus faciles à communiquer aux bénéficiaires** (capacités au mariage, tutelle...), **les thèmes les moins faciles à aborder** (procédures, chiquaq, pension...), **les thèmes ayant recueillis le plus d'adhérence** (responsabilités conjointes) **et le moins d'adhérence** (le divorce par consentement).

Cette évaluation a permis de mettre en évidence le rôle central de l'animateur, l'intérêt des participantes, les discriminations faites aux femmes et la méfiance vis-à-vis de la Justice :

- **Il convient de noter l'intérêt et la motivation des participantes.** Les femmes des zones rurales ont un premier accès aux dispositions du Code de la Famille, et sont prêtes à accorder du temps aux sessions de sensibilisation. Les femmes sont en demande d'information et de vulgarisation des dispositions du Code de la famille. L'utilisation du support audio et les contes de Nejma ont été particulièrement appréciés par les femmes, dont beaucoup se sont identifiés aux personnages. Grâce à procédé, les échanges ont été

facilités et les femmes ont pu parler d'elles-mêmes à travers les histoires de Nejma.

- **Les participantes ont des attentes importantes par rapport aux associations des droits des femmes** comme l'indique le rapport de PFM : « Les participant(e)s reconnaissent que la condition des femmes s'est améliorée et c'est la volonté de personnes et d'associations que l'on retrouve derrière la réforme de la Moudawana mais que la discrimination persiste ».
- **Les participantes ont relaté les discriminations dont elles sont victimes**, notamment en matière de polygamie et de mariage précoce, et ont identifié l'absence d'autonomie financière et le manque d'information sur leurs droits comme des causes de passivité face à la violence du mari.
- **Les femmes bénéficiaires ont peu confiance en la Justice** car nombre d'entre elles estiment que « l'homme peut toujours soudoyer le juge pour avoir le jugement en sa faveur. Les femmes sont conscientes en général du décalage qui existe entre la loi et son application et affirment que les femmes trouvent des difficultés à faire valoir les droits cités dans la Moudawana. Par exemple des participantes ont évoqué leurs propres problèmes concernant l'application des textes : lenteur des procédures, la non exécution du jugement concernant la pension alimentaire ou le retour au foyer conjugal en cas d'expulsion.» En outre, ce ne sont pas toujours les Tribunaux de la Famille qui veillent à l'application de la loi, puisque les adouls disposent parfois d'une capacité d'arbitrage en matière de mariage, de divorce, de plaintes de violences, de polygamie et de mariages des mineurs comme dans la région de Midelt.

D. Remarques autour de l'axe communication sociale sur le Code de la famille

En définitive trois types de campagnes de communication sociale ont été mises en œuvre : une communication grand public, une communication à destination des populations rurales et une communication à destination des femmes contractantes de micro-crédits.

La communication grand public a été réalisée en direction des deux sexes et de toutes les catégories sociales. Il apparaît que les classes moyennes et les classes populaires des grandes villes ont été plus touchées par la campagne grand public que les populations du monde rural. Les résultats de l'évaluation externe justifient a posteriori le choix qui a été fait de prévoir une communication spécifique à destination des populations du monde rural. Ce constat est confirmé par les différentes enquêtes réalisées autour de la perception du Code de la Famille et qui montrent que cette réforme reste méconnue par certaines franges des populations rurales.

Cela implique de renforcer le volet relatif au monde rural et de définir plus précisément ce qui est attendu des futures campagnes de communication grand public : doit-elle toucher toutes les catégories sociales ? Ou bien faut-il prévoir une communication télé et radio qui cible plus spécifiquement les populations vulnérables en plus des campagnes sur le « terrain » à travers les associations de droits des femmes et les associations de micro-crédit notamment ?

Il est également possible d'imaginer deux types de campagnes grand médias, une campagne grand public dans la continuité de ce qui a été fait par Anaruz, et une campagne destinée aux populations vulnérables, qui prenne plus en compte l'univers de ces populations, leurs préoccupations et en adoptant des messages spécifiques.

Par ailleurs, les résultats des différentes campagnes de sensibilisation sur le Code de la famille, ainsi que les différentes enquêtes d'opinion réalisées à ce sujet, démontrent que :

- les campagnes de sensibilisation suscitent des demandes d'information de la part des populations, particulièrement des femmes,
- les vecteurs de communication les plus efficaces en termes de capacité de diffusion sont la télévision et la radio,
- les attentes des femmes sont importantes en matière d'assistance sur les problèmes de violences,
- certaines couches de la population, particulièrement dans le monde rural, n'ont pas du tout connaissance de l'existence du Code de la famille,
- la connaissance des dispositions du Code est encore floue pour les citoyennes et citoyens qui ont été informés,
- les populations ne sont pas encore suffisamment imprégnées de l'esprit égalitaire du Code.

Il est donc important de concevoir un dispositif permanent « d'information et de sensibilisation du grand public sur les droits des femmes et sur les violences dont elles sont victimes », à travers notamment un accès régulier aux grands médias.

Enfin, comme le démontrent les expériences de CDG et PFM, les centres d'écoute du réseau Anaruz ont un rôle croissant à jouer dans l'appui qu'ils peuvent apporter aux associations de droits humains aux associations de micro-crédits, particulièrement dans le monde rural. Les ressources humaines et l'expertise des centres d'écoute pourraient venir en appui au CDG lors des tournées effectuées dans le monde rural, particulièrement sur les questions de conseil et d'assistance juridiques des femmes victimes de violences. La coordination et le partage d'expertise avec les associations de micro-crédit permettra de renforcer les capacités de ces dernières en matière de droits des femmes, et instaurer des habitudes de travail entre ces deux secteurs afin de mieux définir les contours d'intervention de l'un et de l'autre en matière de sensibilisation et de prise en charge juridique.

III. Une application du Code de la Famille plus conforme à l'esprit de la réforme

A. Les capacités des praticiens de la Justice ont été renforcées.

Les juges des tribunaux de la famille, les procureurs du roi et les avocats ont été formés lors d'ateliers consacrés à l'approche genre, mais aussi à la communication et l'écoute, ainsi qu'à la résolution des conflits et la médiation familiale. Plus précisément, les ateliers de formation organisés par l'AMVEF ont permis de :

- Sensibiliser les praticiens de la Justice à l'approche genre,
- Faire connaître les principaux outils de communication et d'écoute active et leur utilité pour les justiciables,

- Faire comprendre les méthodologies de résolution des conflits dans le cadre de séances de médiation,
- Sensibiliser les praticiens de la Justice à la conciliation comme mécanisme de gestion du divorce par accord des partenaires sur leurs droits et obligations parentales.

Un kit de formation a été élaboré et testé auprès des juges des tribunaux de Casablanca et de Tétouan, puis utilisé lors des ateliers régionaux de formation qui se sont déroulés à Marrakech, Meknès et Azrou, Agadir, Tétouan et Ouezzane, Oujda, Nador et Berkane.

Ainsi, 48 juges et procureurs ainsi que 51 avocats ont été formés selon une approche participative qui a reposé notamment sur des travaux de groupe, des jeux de rôles, et de discussions. Etant donnée la disponibilité limitée des professionnels de la Justice, les formations ont été réduites à 2 jours au lieu de 4, ce qui a permis de toucher plus de professionnels.

Toutefois, il n'a pas été possible de faire participer l'ensemble des juges des tribunaux de la famille, puisqu'il était nécessaire d'assurer des permanences dans les tribunaux. Des difficultés liées au retard de transmission des autorisations n'ont pas permis à certains juges de participer aux ateliers.

Un certain nombre de difficultés auxquels doivent faire face les juges -et qui constituent autant d'obstacles à une application du Code de la Famille conforme à son esprit-, ont été identifiés lors des ateliers de formation. Il est apparu notamment que les espaces d'accueil des tribunaux ne permettaient pas toujours d'assurer un accueil serein et digne des familles en conflit (problèmes d'espace et d'aménagement). Les participants ont également souligné que le nombre de juges est insuffisant par rapport au nombre de dossiers traités (150 dossiers par jour et par juge) et que le personnel d'encadrement (greffes, assistants, secrétaires) doit à son tour être formé. En outre, les professionnels de la Justice souhaitent bénéficier d'autres formations plus poussées, notamment en matière d'écoute des justiciables, avec un recours aux techniques audio-visuelles. Enfin, les acteurs des tribunaux estiment qu'il est nécessaire de poursuivre les efforts déployés auprès du grand public pour une meilleure connaissance du Code de la Famille, notamment auprès des Marocains résidants à l'étranger qui ne maîtrisent pas toujours l'arabe ou le français.

L'animatrice des ateliers a constaté une grande évolution dans la compréhension des problèmes par les acteurs de la Justice qui va dans le sens d'une application du Code de la Famille plus conforme à son esprit bien qu'il persiste quelques zones d'ombre pour les articles relatifs à la médiation et au partage des biens. Les ateliers ont permis aux participants de mieux comprendre la perception des rôles des hommes et des femmes dans la société, et de prendre conscience de la nécessité *« d'être qualifié et de développer des compétences personnelles pour jouer le rôle de médiation »*.

Les formations ont permis aux acteurs de la justice de travailler ensemble sur l'application du Code de la Famille. Cette approche a permis aux avocats comme aux juges et aux procureurs du roi de s'imprégner des échanges entre différentes corporations comme le souligne un avocat : *« cela nous a permis de connaître à la fois les points de vue des juges et des avocats car ils étaient présent tous les deux. On a compris de nombreuses procédures que nous ignorions »*³. Un juge qui a participé à la formation est du même avis : *« Pour la première*

³ Cette citation est tirée des entretiens réalisés par le consultant Abdesslam Fezouane pour l'évaluation externe.

fois on discute avec les autres membres du corps (tribunal) sans qu'on soit à discuter d'une affaire. On a fait un débat sur des questions pertinentes. C'est important. »⁴

Les acteurs des tribunaux ont pris conscience de l'importance de l'action des associations de droits des femmes et souhaitent participer à des formations sur la violence dont sont victimes les femmes comme le souligne un juge : *« les participants auraient aimé connaître comment les associations travaillent pour la lutte contre la violence des femmes, comment elles accueillent les femmes victimes de la violence, et tout ce qui concerne les étapes avant l'arrivée au tribunal »*. En outre, *« la violence à l'égard des femmes n'est pas abordée par le Code de la famille. On trouve des difficultés pour la traiter. Quand la femme se présente au tribunal pour des motifs de violence conjugale, on a des lacunes juridiques à ce niveau. »⁵*

Pour la poursuite du projet, il est recommandé de maintenir les échanges entre les participants aux ateliers, particulièrement entre les magistrats et les avocats, lors de rencontres ultérieures. Afin d'assurer une meilleure couverture territoriale, des ateliers de formation au profit des praticiens de la Justice dans les régions enclavées doivent être planifiés. Dans le but de renforcer la capacité des professionnels à gérer le stress, il sera nécessaire d'organiser des coachings individuels ou de groupe. Dans le but de permettre une meilleure prise en compte des droits des femmes par les acteurs de la Justice, il serait utile d'associer les acteurs de la société civile dans les ateliers et d'élargir la formation aux greffes des tribunaux, à la police et la gendarmerie.

Afin d'assurer une application du Code de la famille plus conforme à son esprit, il convient d'initier une autonomisation des tribunaux de la famille, et d'assurer l'aménagement d'espaces d'accueil dignes des familles, particulièrement pour l'organisation de séances de médiation.

B. Une interprétation plus équitable de la notion de partage des biens

Le Code de la Famille voté par le Parlement en 2004 cherche à promouvoir l'égalité entre époux. Pourtant, il n'est pas toujours aisé de mettre en pratique certains articles du Code qui peuvent donner lieu à des interprétations divergentes. C'est notamment le cas de l'article 49 qui stipule que :

« Les deux époux disposent chacun d'un patrimoine propre. Toutefois, les époux peuvent se mettre d'accord sur les conditions de fructification et de répartition des biens qu'ils auront acquis pendant le mariage.

Cet accord fait l'objet d'un document distinct de l'acte de mariage.

Les adoul avisent les deux parties, lors de la conclusion du mariage, des dispositions précédentes.

A défaut de l'accord susvisé, il est fait recours aux règles générales de preuve, tout en prenant en considération le travail de chacun des conjoints, les efforts qu'il a fournis et les charges qu'il a assumés pour fructifier les biens de la famille. »

⁴ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

⁵ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

Cet article introduit une nouvelle conception en matière de partage de patrimoine en réponse à l'absence de contrat préalable précisant les conditions de fructification et de répartition des biens acquis pendant le mariage. Aussi, il s'agit de clarifier et de préciser cette nouvelle conception avec, à l'appui, la conception de nouveaux instruments de mesure du travail domestique comme le précisent les termes de référence de l'étude commanditée par l'AMVEF :

« L'élaboration d'un modèle méthodologique d'évaluation du travail domestique, permettant un partage équitable des biens cumulés durant la vie conjugale dans le cas de dissolution du lien de mariage ou de décès du conjoint ».

En élaborant un modèle d'évaluation du travail domestique, cette étude contribue à une meilleure prise en compte des droits des femmes en prenant en compte la contribution majeure des femmes à l'éducation des enfants et à la vie domestique de la famille. En se consacrant aux tâches de la vie familiale, les femmes sans emploi auraient pu exercer une activité rémunérée si elles n'étaient pas prises par les responsabilités familiales, tandis que les femmes exerçant un emploi auraient pu prétendre à une meilleure rémunération si elles s'étaient exclusivement adonnées à leur vie professionnelle.

En outre, cette étude peut contribuer à une « humanisation » du divorce en réduisant la conflictualité autour de la valorisation des contributions de chaque époux à la vie matérielle de la famille. En disposant de critères plus clairs en matière d'évaluation du travail domestique et de partage des biens, le juge peut mieux synchroniser le prononcé du divorce et la liquidation du patrimoine.

En somme, l'objectif central de l'étude consiste donc à **« contribuer à la mise en place d'un cadre juridique clair et complet en matière répartition des biens acquis pendant le mariage et de garantir aux époux des solutions appropriées en ce qui concerne la sécurité juridique, la prévisibilité, la flexibilité et l'équité dans le partage. »**

Cette étude apporte de nouveaux arguments aux acteurs de la société civile qui souhaitent initier un débat national autour de l'inégalité de l'héritage entre hommes et femmes et obtenir l'équité en matière de partage successoral.

Cette étude a permis de collecter et d'analyser les données auprès du ministère de la Justice, de la direction des Statistiques, du secrétariat d'état à la Famille, des professionnels de la Justice, et de l'UNIFEM. Elle s'est déroulée selon quatre phases :

- une première phase a consisté à analyser le contexte du Code de la famille (difficultés de mise en œuvre, état des divorces au Maroc, interprétations de l'article 49, exégèse de la pratique Al Kad wa Si'âyâ.)
- lors de la deuxième phase, l'étude s'est penchée sur les différentes méthodologies utilisées pour la prise en compte du travail domestique non rémunéré des femmes et son apport dans la production des ménages, et notamment sur l'approche en termes de budget temps. Il ressort notamment que la composition du budget-temps familial est étroitement liée à la présence ou non des enfants de moins de 15 ans, et que les femmes sont de moins en moins disposées à consacrer la totalité de leur temps à l'éducation de la progéniture. Une évolution est perceptible dans le partage des responsabilités avec les conjoints.
- Dans un troisième temps, l'étude a analysé les régimes matrimoniaux en Europe (Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, France) et dans le monde musulman (Turquie,

Tunisie, Egypte). Cette perspective comparée a jeté la lumière sur les différents types de contrats de mariage qui relèvent soit de régimes « séparatistes » (stricte séparation des biens acquis avant ou pendant le mariage), soit de régimes « communautaires » (communauté de biens, distinction entre biens propres, biens réservés et masse commune), soit encore de « participation aux acquêts » (prise en compte du patrimoine originaire et du patrimoine final). Cette partie apporte des éléments de comparaison en matière de transferts financiers et patrimoniaux lors du divorce.

- En quatrième lieu, l'étude se penche sur le concept de « droit d'Al Kad ou S'aya » issu de la jurisprudence islamique et qui reconnaît à la femme « une contrepartie à son effort et à son travail aux côtés de son époux dans la période maritale ». Il lui donne le droit « à une part dans l'acquis ou le surplus suite à sa participation, quelque soit sa nature : un bien immobilier ou un bien transmissible ».
- Enfin, l'étude relate des cas de jugements émis par les tribunaux qui tiennent plus ou moins compte de la valorisation de la contribution des femmes à la fructification du patrimoine familial.

Les résultats de cette étude peuvent être utilisés pour « l'élaboration de principes directeurs approfondis pour la mise en œuvre des dispositions de l'article 49 ». Un document spécifiant les options de partage des biens pourrait être conçu et la signature d'un accord préalable au mariage « consignant le mode de fructification et de répartition des biens acquis pendant le mariage » serait encouragée.

Sur le plan de la collecte des données, un système d'information recueillant les données pertinentes doit être amélioré et les enquêtes de comptabilité nationale sur le budget-temps doivent être gendérisées et plus régulières tout en intégrant le travail domestique.

Les professionnels de la Justice, ainsi que les adouls doivent être formés sur les différentes dimensions de l'article 49 et les jugements, qui doivent tenir compte du travail domestique, doivent être harmonisés et codifiés.

IV. La représentation politique des femmes est en voie d'amélioration

A. Les candidates de la région de Marrakech Tensift El Haouz ont été préparées à affronter la compétition électorale

L'association Ennakhil devait organiser quatre sessions de formation de deux jours en faveur des femmes candidates aux élections législatives dans la région de Marrakech Tensift El-Haouz sur les thèmes relatifs à la campagne électorale. En définitive, seuls deux cycles de formation en matière de communication et de techniques électorales ont été réalisés en juin et en juillet 2007. **Ces cycles de formation ont permis aux candidates de s'inscrire dans un processus de découverte des compétences, de confiance en soi, d'auto-contrôle et de s'initier à des exercices télévisés.**

Ces sessions de formation ont été organisées au bénéfice de femmes qui avaient de fortes probabilités d'être en tête de liste, mais les prévisions de l'AEFE n'ont pas été confirmées par les décisions des partis politiques. Comme l'indique la coordinatrice du projet :

« Ennakhil devait normalement disposer des listes des candidates au moins deux mois avant les élections. Ce qui n'a pas été le cas. Fin Juillet, on n'avait toujours pas de liste. Pour avancer on a fait une estimation des candidates potentielles selon des critères pris au cours des précédentes élections. On a pris les femmes responsables des sections féminines au sein

des partis, les femmes leaders, Et après deux cycles de formations on s'est rendu compte que les partis politiques ont décidé de gérer autrement leur liste nationale sachant qu'il n'y avait pas beaucoup de femmes sur les listes locales. On a décidé après l'évaluation à mi-parcours en présence de l'UNIFEM et des associations de ne pas continuer les formations pour les femmes qui ne seraient pas candidates. »⁶

Aussi, les deux autres cycles de formation initialement prévus n'ont pu être organisés, et un programme d'accompagnement des candidates effectives aux élections législatives leur a été substitué. Comme le souligne la coordinatrice du projet :

« On a réfléchi sur le coaching des femmes têtes de listes locales. C'est une nouvelle activité qui ne faisait pas partie de la fiche de projet initiale. On a collecté les noms des femmes, et on a mis à la disposition de ces femmes des consultants qui peuvent répondre à leurs questions et les aider à résoudre les problèmes rencontrés par ces femmes au niveau des partis politiques, de l'autorité locale, de la population. »⁷

En ce sens, **les candidates effectives ont été accompagnées dans la préparation des plans de campagne et la constitution des équipes de campagne.** Dès le démarrage de la campagne électorale, une aide à distance a été mise en place au bénéfice des candidates par téléphone et par e-mail. Ce soutien a été apporté sur les questions de droits, d'organisation et de communication durant les quinze jours de la campagne électorale.

Cet accompagnement des candidates a révélé une demande importante en matière de formation en communication. Les séances de formation ont également constitué des espaces de rencontres et d'échanges des meilleures pratiques.

Les électrices et les électeurs ont également été sensibilisés au vote non discriminatoire. Une campagne de communication non partisane a été mise en œuvre par Ennakhil dans les circonscriptions dans lesquelles les candidates se sont présentées. Il a fallu surmonter les résistances car les électrices et les électeurs ne sont pas toujours prêts à voter pour une femme comme le rappelle la coordinatrice du projet : *« Ce travail a montré que les femmes rencontraient énormément de problèmes qui ne sont pas nécessairement d'ordre technique mais qui touchent parfois leur dignité et leur personnalité. »⁸*

Les médias et les associations ont également été mobilisés lors de cette campagne qui a accompagné les dix candidates et a eu recours à plusieurs outils de communication (tracts, affiches, t-shirts). Grâce à la coordination entre l'ADFM et l'AEFE, plus de mille associations ont été mobilisées sur les questions de participation politique des femmes autour de l'objectif d'une représentativité féminine de l'ordre du tiers des élus.

B. Ennakhil a également été particulièrement active en matière de plaidoyer pour un renforcement de la représentativité féminine dans les mandats électoraux. Grâce à une coordination poussée avec d'autres associations des droits des femmes, un lobby pour les changements des lois a été constitué.

Le mouvement du tiers des sièges élus pour les femmes a été créé et de nouvelles associations se sont ralliées sur la question de droits politiques des femmes. Les femmes

⁶ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

⁷ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

⁸ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

parlementaires et les femmes des partis politiques se sont mobilisés autour du mémorandum du mouvement qui a nourri son argumentaire à partir de deux études.

Plusieurs actions de plaidoyer visant les responsables politiques ont été entreprises. Deux tables rondes se sont déroulées sur le thème de la participation politique et de l'instauration d'un quota d'au moins 20% en faveur des femmes. Des rencontres avec les femmes parlementaires et les femmes politiques ont été organisées afin de constituer une force de plaidoyer. Les partis politiques implantés à Ouarzazate, Agadir, Essaouira et Marrakech ainsi que les parlementaires hommes élus de la région de Marrakech Tensift El Haouz ont été rencontrés.

Les bureaux politiques du Parti du Progrès et du Socialisme, de l'Union Socialiste des Forces Populaires et du Parti Socialiste Unifié ont été rencontrés. Si une réunion avec le ministre de la Communication a pu se tenir, il n'a pas été possible d'avoir un entretien avec le premier ministre et le ministre de l'Intérieur.

En outre, un courrier comprenant tout le dossier de plaidoyer (contenant la lettre d'introduction, le mémorandum du mouvement, la liste des associations signataires, les 2 études préparées dans le cadre de ce projet) a été transmis au roi Mohammed VI.

Toutefois, le plan d'action du plaidoyer aurait pu avoir plus d'impact sur le plan législatif s'il avait été mieux synchronisé avec les discussions sur le Code électoral qui se sont déroulées entre les partis politiques et le Ministère de l'intérieur. Comme le souligne la coordinatrice du projet : *« Au cours de ces rencontres, les personnalités s'accordent pour dire que nous sommes arrivées en retard. Ils pensaient que cette mobilisation aurait dû commencer au moment du débat sur les changements apportés au code électoral. C'était un obstacle énorme. »*⁹

Le mouvement aurait également gagné en efficacité si une coordination plus poussée entre femmes parlementaires avait été réalisée. Aussi, la participation politique des femmes reste encore relativement secondaire dans l'agenda politique national.

C. 33 femmes, représentant un quota d'un peu moins de 10,5% du nombre de députés a accédé à la Chambre des députés.

Malgré les actions réalisées par l'AEFE et le Mouvement pour le tiers, les élections législatives de 2007 n'ont pas constitué un progrès pour la représentation politique des femmes. Avec un faible taux de participation (37%), le pourcentage de femmes représentées à la Chambre des députés a légèrement reculé par rapport aux élections législatives de 2002, puisque les 33 femmes élues représentent 10,5% des députés contre 11% il y a cinq ans. Sur ces 33 femmes, seules 3 ont été élues sur des listes locales. Quant à la Chambre des Conseillers, les femmes y sont quasiment absentes avec 1,1% des élus.

⁹ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.



Source : Aziz Ennahili, *La monarchie et les élections législatives de septembre 2007 au Maroc*

Aucune femme n'a été élue en tête de liste locale dans la région de MTH. Avec uniquement trois femmes élues en tête de listes locales (circonscriptions de Casa Anfa, Rhamna, et Rabat Océan) sur l'ensemble du territoire, les efforts doivent être maintenus en matière de plaider pour une plus grande représentation politique des femmes. Ce résultat constitue un des effets non désirés du mécanisme de la liste nationale qui accrédite l'idée que la question de la représentativité féminine trouve sa réponse définitive à travers ce dispositif. Selon cette approche, il n'est pas nécessaire que les femmes se présentent en tête de liste locale car elles disposent de la liste nationale qui leur est réservée. Il n'y aurait donc pas d'efforts supplémentaires à fournir pour obtenir un plus grand nombre de femmes élues sur des listes locales. L'entretien réalisé avec la coordinatrice du projet reflète ce constat : « *Il y a eu des discussions avec les partis politiques sur comment se rattraper dans les listes locales et présenter un nombre important de femme en tête de liste. On a eu des promesses de la majorité des partis politiques. Par la suite on s'est rendu compte qu'il y avait uniquement 55 femmes têtes de listes. C'est un chiffre très restreint surtout dans des circonscriptions qui ne donnaient pas de chance aux femmes de passer.* »¹⁰

Dans le même temps, les résultats des élections de 2007 démontrent que la liste nationale est un mécanisme sans lequel le Maroc serait probablement revenu à un niveau de représentation féminine aussi bas que celui qu'il a connu dans les années 1990. Il faut donc maintenir la liste nationale et tenter de passer à un seuil supérieur de quota.

Afin d'obtenir des résultats plus probants en matière de représentativité politique des femmes, il convient de travailler dans la durée car comme le souligne l'une des candidates qui ont bénéficié des formations organisées par l'AEFE : « *J'ai apprécié la formation de l'association mais cela devrait commencer bien avant la campagne électorale.* »¹¹ Il est suggéré d'instaurer des cycles de formation continue au profit des femmes politiques en dehors des échéances électorales.

Il serait également utile d'organiser des campagnes de sensibilisation incitant les femmes à s'engager dans la vie politique, notamment les femmes disposant d'un capital social à l'échelle locale, régionale ou nationale. Comme l'indique l'une des candidates formées par

¹⁰ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

¹¹ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

l'AEFE « *Il faut chercher les femmes qui ont déjà un important actif dans la vie sociale et les former.* »¹²

La représentativité politique des femmes est étroitement liée au comportement de l'électorat. Pour les prochaines échéances électorales, il faut mobiliser les électrices et les électeurs qui n'ont pas voté. La coordinatrice du projet souligne à juste titre que « *l'on a recueilli beaucoup d'informations sur le comportement des gens vis-à-vis des élections, de la démocratie. On a senti pendant cette période que les gens n'allaient pas voter, ils n'avaient plus confiance dans les partis politiques.* »¹³ Une campagne média pourrait être organisée à destination du grand public pour inciter les femmes à exercer leur droit de vote et inciter les électeurs à donner leur chance aux femmes.

V. Conception du plaidoyer pour l'accès des femmes aux postes de décision dans l'administration publique

Le plaidoyer pour la gendérisation de l'administration doit être étayé avec des analyses pertinentes et des enquêtes. Comme l'indiquent les termes de références :

« il s'agira de s'intéresser à la gestion des ressources humaines dans le secteur public pour essayer d'influencer les décideurs qui tentent actuellement de réformer le statut général de la fonction publique et les statuts particuliers.

Dans un deuxième temps, le travail se concentrera sur une enquête sociologique (lancée lors de la première phase) destinée à éclairer sur l'état de l'intégration de l'approche genre dans le fonctionnement de l'administration.

La présentation des résultats de cette enquête et l'identification des compétences de l'administration centrale et locale, en relation avec la question des femmes, servira à construire une vision claire par rapport à cette problématique.

Ainsi, dans un troisième temps, tous les éléments nécessaires à la construction d'une stratégie et d'un plan d'action seront mis en œuvre pour mener des actions de sensibilisation/formation et de plaidoyer pour faire adopter par les pouvoirs publics les propositions de réformes. »

A. L'étude juridique fait ressortir que les discriminations à l'égard des femmes persistent dans la fonction publique

Alors même qu'il est de plus en plus admis parmi le grand public que les femmes accèdent à des postes de l'administration publique, (73,5% des enquêtés ont répondu positivement dont 63,6% d'hommes et 83,2% de femmes), les discriminations à l'égard des femmes persistent comme l'indique l'étude juridique.

Les postes de responsabilité au sein de l'administration publique sont occupés par 10,03% de femmes tandis que les femmes représentent 31,3% des fonctionnaires. La masse salariale des femmes représente 23% de la masse salariale globale. Ces données illustrent le fait que les femmes occupent les postes au bas de l'échelle administrative et qu'il existe des disparités salariales entre hommes et femmes disposant de la même qualification.

Alors que certains ministères ont un taux de féminisation élevé -ministère de la Défense Nationale (52.52%), Secrétariat d'Etat à la Famille (52.31%) et ministère de la Santé (47.76%)-, certains départements n'ont aucune femme occupant un poste de directrice à

¹² Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

¹³ Entretiens réalisés pour l'évaluation externe.

l'image des ministères de l'Intérieur, l'Habitat, de la Justice, des Affaires économiques et générales, de la Jeunesse, de l'Équipement et des Relations avec le Parlement.

B. L'étude sociologique fait ressortir les discriminations dont sont victimes les femmes en matière d'utilisation des services publics

L'enquête auprès de 200 femmes confrontées au transport intra-urbain, à la santé publique et à la sûreté nationale à Casablanca, Meknès et Beni Mellal a révélé qu'elles sont victimes de discriminations lorsqu'elles ont recours à ces services publics.

En matière de transport intra-urbain, les femmes souffrent de désagréments au niveau de la station de bus :

- 100% des femmes interrogées souffrent du harcèlement verbal de la part des passants
- 55 % des femmes sont victimes d'agressions et de menaces de vols
- 70 % des victimes des vols à l'arrachée sont des femmes.

Dans le trajet effectué par le bus, les femmes souffrent de :

- 79% des femmes se plaignent de la non disponibilité des places assises
- 47% des femmes sont mécontentes de la brutalité physique
- Les femmes souffrent également du harcèlement verbal

Les usagères des services publics souffrent également de formes plus ou moins graves d'harcèlement sexuel comme le rapporte une femme interrogée : « *Dans la ligne que j'emprunte, il y a un homme, connu des régulières du bus, qui ne monte que pour profiter du corps des femmes* ».

Dans le secteur de la santé publique, les principaux désagréments sont liés à :

- la très longue attente
- l'absence ou le refus d'orientation
- l'hygiène défectueuse
- l'incitation à la corruption par le personnel administratif et paramédical.

Certaines femmes sont découragées d'utiliser les services publics : « *Moi, accoucher à l'hôpital! Jamais de la vie, après avoir vu ce qu'ils ont fait à ma sœur lors de son accouchement. Je préfère encore m'endetter et aller en clinique* ». D'autres femmes dénoncent les pratiques laxistes du personnel hospitalier : « *Je suis restée de longues heures nue, prête à accoucher devant les fenêtres grandes ouvertes....* ».

En matière de sûreté nationale, 50% des femmes interrogées ont un sentiment général d'insécurité. Elles sont plutôt réticentes à se rendre au poste de police en cas de nécessité par crainte :

- de voir sa réputation entachée (49%) ;
- d'être mise en situation d'accusée (31%) ;
- d'être sollicitée financièrement (19%).

Comme le relatent certaines femmes, partir au « commissariat c'est h'chouma. » Comme l'indique une usagère : « je ne pars pas au commissariat car j'ai peur pour ma réputation, surtout que je suis divorcée ».

C. Le second volet de l'étude sociologique a consisté à identifier les freins à l'évolution de carrière de la femme fonctionnaire.

10 entretiens individuels approfondis et 2 réunions de groupe (R.G) ont été conduits auprès de femmes fonctionnaires issues de différents secteurs de l'administration publique.

Les femmes sont victimes de discriminations relevées par l'étude, et sont parfois incitées à faire usage de la corruption comme l'indiquent ce témoignage : « *Il n'y a pas de mystère, il faut être bien avec son supérieur pour être bien notée et progresser rapidement* », ce qui revient « à offrir des cadeaux ».

Dans certains cas, les femmes n'ont pas accès à l'information qui peut être utile à leur carrière : « *C'est simple, on n'est pas du tout informées des concours ou alors à la dernière minute. Combien de fois, la note informative a été affichée un vendredi après midi, alors que le dernier délai pour le dépôt des dossiers de candidature pour un poste était le lundi matin* ». Dans d'autres cas, les femmes ne sont pas en mesure d'avancer dans leur carrière parce qu'elles ne disposent pas des réseaux informels de promotion « *Comme les hommes ont l'occasion de se retrouver ensemble dans les cafés, sur les chantiers, ils n'hésitent pas à se passer des tuyaux en dehors des bureaux, alors que nous, nous devons attendre la note qui ne s'affiche qu'à la dernière minute ou qu'on n'affiche même pas des fois* »

Les données récoltées par les études juridique et sociologique, permettront de nourrir le plaidoyer pour la gendérisation de l'administration publique¹⁴.

¹⁴ Pour cet aspect, voir plus bas les recommandations pour ce projet.

VI. Recommandations pour la poursuite du programme

L'atelier d'évaluation organisé par l'UNIFEM le 8 novembre 2007 a été l'occasion pour les partenaires de formuler des recommandations pour la poursuite du programme. Pour l'ensemble des volets – communication sociale, applicabilité des lois, participation politique, genréisation de l'administration publique et suivi-évaluation-, les recommandations de l'évaluation externe croisent et développent les recommandations de l'atelier qui sont rappelées en tête de chaque paragraphe.

1. Recommandations pour le volet « Sensibilisation et communication »

Recommandations de l'atelier d'évaluation
<p>a. Communication médias</p> <ul style="list-style-type: none">- Mobilisation de suffisamment de moyens à travers l'utilisation de la télévision et les radios nationales et régionales.- Utilisation des affiches pour le grand public.- Avoir un numéro vert permanent et mettre en place un centre d'accueil des appels.- Tisser des liens avec la presse pour la participation aux réunions de rédaction.- Prévoir des communiqués de presse réguliers dans toutes les langues(arabe, amazigh, français, etc.). <p>b. Communication de proximité</p> <ul style="list-style-type: none">- Adapter la communication sur les lieux publics.- Faire campagne dans des espaces sensibles (associations, espaces sociaux, etc.).- Cibler les supports de communication suivant la population cible (ateliers, contes, BD, images).- Cibler des groupes spécifiques.

Source : *Rapport d'atelier final de suivi & évaluation des projets*, 8 novembre 2007

- **Concevoir un dispositif permanent d'information et de sensibilisation du grand public sur les droits des femmes et sur les violences dont elles sont victimes, à travers notamment un accès régulier aux grands médias.** Il est nécessaire de maintenir les efforts déployés en matière de sensibilisation autour du Code de la Famille car les dispositions les mieux connues sont celles qui ont été le plus vues ou entendues par les enquêtés. L'ensemble des projets mis en œuvre dans le volet « Communication sociale » montrent que les populations, et particulièrement les femmes, sont en demande d'information sur les dispositions du Code de la famille soit parce qu'elles n'en ont pas eu connaissance, soit parce qu'elles n'en ont qu'une connaissance vague. Aussi, elles demandent une plus grande récurrence des spots télévisés et radiodiffusés.

En outre, pour les campagnes de communication futures, **il est préférable de mettre en place un numéro de téléphone gratuit (numéro vert)** car de nombreux appels ont été interrompus du fait du coût de la communication. Cette mesure sera particulièrement incitative pour les femmes les plus vulnérables. Il serait également utile **de prévoir plus de ressources humaines au moment de la réception des appels.** Afin de mieux mesurer l'effet de la

campagne sur les représentations et les comportements des populations, **les membres du réseau Anaruz sont encouragés à assurer un suivi post-campagne plus poussé.**

Il serait utile de définir plus précisément ce qui est attendu des futures campagnes de communication grand public : faut-il toucher toutes les catégories sociales ? Ou bien faut-il prévoir une communication télé et radio qui cible plus spécifiquement les populations rurales -dont certaines franges n'ont pas encore eu connaissance du Code de la famille-, en plus des campagnes sur le « terrain » à travers les associations de droits des femmes et les associations de micro-crédit notamment ?

Il est également possible d'imaginer deux types de campagnes grand médias, une campagne grand public dans la continuité de ce qui a été fait par Anaruz, et une campagne destinée aux populations vulnérables, qui prenne plus en compte l'univers de ces populations, leurs préoccupations et en adoptant des messages spécifiques.

- **En plus de la campagne grand média, il est nécessaire de renforcer la communication de proximité particulièrement dans le monde rural.** L'expérience des caravanes peut être renouvelée avec un travail de coordination poussée en amont avec les associations locales et les centres d'écoute : associations des droits des femmes, les associations de droits humains, les associations de micro-crédits et les associations développement. Cette coordination permettra d'assurer une affluence plus cohérente vers les tentes et de mieux la réguler tout assurant une prise en charge des cas de violence par les représentants des centres d'écoute. Aussi, il est préférable de prévoir un autre volet dans les campagnes de sensibilisation en direction du monde rural en ciblant plus spécifiquement les femmes vulnérables et en privilégiant des modes de sensibilisation moins impersonnels que la tente. Il s'agira ici aussi de réaliser tout un travail de coordination en amont avec les coopératives et les associations locales qui pourraient être chargées de réunir les populations dans des espaces publics fermés (local d'association, salle de la commune...). Des supports plus adaptés, notamment des supports audiovisuels mettant en scène le monde rural et faisant ressortir ses spécificités pourraient être utilisés. Il convient d'**impliquer davantage les centres d'écoute du réseau Anaruz** dont les ressources humaines pourraient venir en appui au CDG lors des tournées effectuées dans le monde rural, particulièrement sur les questions de conseil et d'assistance juridiques des femmes victimes de violences. En outre, les supports écrits ne sont pas nécessairement adaptés aux populations vulnérables, souvent analphabètes du monde rural. Même les populations instruites n'ont que peu d'habitudes de lecture. **Pour mieux sensibiliser les populations du monde rural, il est préférable de multiplier les supports audio-visuels.** L'expérience de PFM qui s'est appuyé sur les contes de Nejma pour produire des supports audio peut être utile aux prochaines campagnes destinées au monde rural.

- **La sensibilisation des femmes sur le Code de la famille à travers le micro-crédit doit être renforcée et développée. Il convient de maintenir et d'améliorer le niveau de connaissances des animateurs** à travers des sessions de renforcement des capacités : techniques d'animation, acquisition de nouvelles connaissances, formation sur les cas difficiles (problème de domicile conjugal, violences conjugales). Il sera utile d'**impliquer davantage les centres d'écoute du réseau Anaruz.** Afin d'établir un partenariat plus poussé entre le réseau Anaruz et les associations de micro-crédit, il est préférable de les impliquer en amont des projets de campagne de communication sociale sur le Code de la Famille. Une telle coordination permettra de renforcer les capacités des associations de micro-crédit en matière de droits des femmes, et instaurer des habitudes de travail entre ces deux secteurs afin de mieux définir les contours d'intervention de l'un et de l'autre en matière de sensibilisation et de prise en charge juridique. **Pour assurer une plus grande durabilité des résultats, la poursuite du programme pourrait inclure un volet de généralisation de la sensibilisation**

sur le Code de la famille dans le secteur du micro-crédit. Un des effets positifs majeurs induits par la dimension programme est l'amorce d'une intégration plus poussée de l'approche genre au secteur du micro-crédit. Ainsi, un atelier de formation sur le thème de « l'approche genre » a été organisé en décembre 2007 au bénéfice des AMC, et une stratégie « genre » est en débat dans le secteur de la microfinance. Surtout, **l'expérience de sensibilisation sur le Code de la Famille initiée par PMF pour 8000 femmes serait généralisée à l'ensemble du secteur et permettrait de toucher à terme 1.4 million de personnes dont 65% de femmes.**

- Pour l'ensemble du volet « Communication sociale », un suivi poussé d'un groupe de femmes pourrait être mis en place avant et après la campagne afin de savoir si elle a eu des effets sur la transformation des rapports sociaux de genre, et un effet d'entraînement en suscitant notamment une volonté de transmettre l'information à d'autres femmes qui n'ont pas été directement touchées par les spots. Il serait également utile de mesurer leur capacité à s'informer et à s'orienter en cas de questionnements ou de litiges ainsi que leur recours aux tribunaux et aux mécanismes de médiation. Il ne s'agit pas uniquement de tester l'exactitude des connaissances en matière de Code de la Famille, mais de savoir si les femmes, particulièrement les femmes vulnérables sont conscientes qu'un texte juridique règle les relations familiales qui ne sont pas soumises au rapport de force et de comprendre l'usage qu'elles font des informations transmises une fois la campagne achevée.

2. Recommandations pour le volet « Applicabilité des lois »

Recommandations de l'atelier d'évaluation
<p>Leviers d'action :</p> <p>a. Efficacité des juges</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formation ; - Cadrage du processus discrétionnaire des jugements. <p>b. Gouvernance judiciaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rôle du secteur associatif : (1) formation / sensibilisation ; (2) prestations judiciaires (conseil, médiation, assistance sociale). - Professions des droits : avocats, notaires, adouls, huissiers. - Moyens techniques et humains des tribunaux.

Source : *Rapport d'atelier final de suivi & évaluation des projets*, 8 novembre 2007

- **Pour assurer une application du Code de la famille en conformité avec son esprit, il est recommandé de multiplier les formations sur les droits des femmes et sur les mécanismes de médiation pour les professionnels de la Justice.** Afin d'assurer une meilleure couverture territoriale, des ateliers de formation au profit des praticiens de la Justice dans les régions enclavées doivent être planifiés. Ces ateliers seraient élargis aux greffes des tribunaux, à la police et la gendarmerie. Dans le but de renforcer la capacité des professionnels à gérer le stress, il sera nécessaire d'organiser des coachings individuels ou de groupe.

- **Il convient de maintenir les échanges entre les participants aux ateliers, particulièrement entre les magistrats et les avocats, lors de rencontres ultérieures** car les

formations ont permis aux acteurs de la justice de travailler ensemble sur l'application du Code de la Famille.

- Dans le but de permettre une meilleure prise en compte des droits des femmes par les acteurs de la Justice, **il serait utile d'associer les acteurs de la société civile dans les ateliers et d'étudier la possibilité de renforcer la capacité des centres d'écoute à dispenser des prestations en matière de médiation.**

- **Afin d'assurer une application du Code de la famille plus conforme à son esprit, il convient de soutenir le plaidoyer en faveur d'une autonomisation des tribunaux de la famille.** Cette autonomisation dont le corollaire est l'augmentation de ressources financières et humaines constituerait une solution possible aux manques de moyens dont souffrent aujourd'hui les tribunaux, et par conséquent les femmes en situation de litiges. **L'autonomisation des tribunaux de la famille permettrait une professionnalisation accrue,** induirait une plus grande sécurité juridique et ouvrirait la voie à la constitution d'une jurisprudence. L'autonomisation des tribunaux ouvrirait la voie à **l'aménagement d'espaces d'accueil dignes des familles, particulièrement pour l'organisation de séances de médiation.**

- **Dans le but de renforcer la sécurité juridique qui protège les femmes des abus et des interprétations discriminatoires de la loi particulièrement en matière de partage des biens, des principes directeurs approfondis pour la mise en œuvre des dispositions de l'article 49 .** A partir de l'étude réalisée sur le partage des biens, un document spécifiant les options de partage des biens pourrait être conçu et la signature d'un accord préalable au mariage consignant le mode de fructification et de répartition des biens acquis pendant le mariage serait encouragée. Sur le plan de la collecte des données, un système d'information recueillant les données pertinentes doit être amélioré et les enquêtes de comptabilité nationale sur le budget-temps doivent être gendérisées et plus régulières tout en intégrant le travail domestique. Les professionnels de la Justice, ainsi que les adouls doivent être formés sur les différentes dimensions de l'article 49 et les jugements, qui doivent tenir compte du travail domestique, doivent être harmonisés et codifiés. **Ces développements autour de l'article 49 permettraient de renforcer le plaidoyer pour l'égalité des femmes et des hommes en matière d'héritage.**

- **Sensibiliser le grand public sur les dispositions de l'article 49 dans le cadre des campagnes de communication sociale** organisées dans les grands médias et dans le monde rural à travers les caravanes.

3. Recommandations pour le volet « Participation politique »

Recommandations de l'atelier d'évaluation
a. Actions sur le mouvement des femmes
- Comment faire prioriser par les ONG féminines la participation politique dans leur agenda ?
- Engager un débat interne et approfondi.
- Mémoire.
b. Un débat de société
- Engager avec tous les intervenants (sociaux, politiques et médias) sur la participation

politique.

- Vulgariser plus largement le débat sur cette question.

c. Forcing sur les partis politiques sur les votes des femmes et des hommes.

d. Redevabilité des partis

- Assurer le suivi des engagements pris par les partis politiques.
- Comportement en matière de renforcement de la représentation des femmes dans les instances élues.

e. ONG et partis politiques

- Influence pour l'intégration des besoins/intérêts dans les programmes et engagements des partis.

f. Communales 2009

- Plaidoyer pour la réforme du Code électoral.
- Quelles modalités d'accompagnement et de formation des femmes candidates.

g. Actions en directions des médias

- Faire porter les préoccupations de l'égalité par les médias.
- Sensibilisation/formation.

Source : *Rapport d'atelier final de suivi & évaluation des projets*, 8 novembre 2007

- Pour obtenir des résultats plus probants en matière de représentativité politique des femmes, il convient d'instaurer des cycles de formation continue au profit des femmes politiques en dehors des échéances électorales.

- Il serait utile d'organiser des campagnes de sensibilisation incitant les femmes à s'engager dans la vie politique, notamment les femmes disposant d'un capital social à l'échelle locale, régionale ou nationale. Ce capital social constitue un atout important et augmente les chances d'être désignée candidate ainsi que les chances d'être élue. Ces femmes seraient accompagnées par un dispositif de formation politique, notamment en prévision des élections de 2009. **Des études sociologiques retraçant le parcours des candidates permettraient de mieux cerner les facteurs de réussite des femmes en politique.**

- Pour les prochaines échéances électorales, il faut mobiliser les électrices et les électeurs qui n'ont pas voté car la représentativité politique des femmes est étroitement liée au comportement de l'électorat. Une campagne média pourrait être organisée à destination du grand public pour inciter les femmes à exercer leur droit de vote et inciter les électeurs à donner leur chance aux femmes.

- Afin d'améliorer la participation et la représentativité politique des femmes, il convient de continuer les actions de lobbying, notamment en prévision des prochains congrès des partis qui sont chargés d'élire les instances dirigeantes nationales et régionales (Conseil national, Comité central, Secrétariat national, Bureau politique...). Il est nécessaire de convaincre les dirigeants de ces partis de fixer des objectifs de représentation féminine dans les instances dirigeantes. Si l'objectif d'une plus grande représentativité féminine dans les structures dirigeantes des partis est un objectif en soi, il

constitue aussi le meilleur moyen d'accroître le nombre et la part des femmes exerçant un mandat politique.

- **Sur le plan législatif, il faut soutenir le plaidoyer pour la préparation d'une loi instaurant un quota régional et un quota national.** Le Mouvement pour le tiers organise un plaidoyer afin d'apporter des changements au niveau du Code électoral et de la Charte communale. Les textes de lois doivent également être revus dans le sens d'une neutralisation et d'une féminisation. **Un plaidoyer en faveur de mécanismes d'incitation des partis politiques pourrait être mis en place.** L'article 287 du Code électoral pourrait être modifié afin d'introduire le principe de l'octroi du montant de la subvention publique selon le nombre de femmes candidates. Des primes seraient accordées pour les listes atteignant le quota souhaité.

- En vue des élections communales de 2009, le plaidoyer pourrait viser l'adoption d'un certain nombre de mesures comprenant notamment **la création d'une Commission de l'égalité des chances. Le budget communal et le plan de développement économique et social sont des outils qui pourraient être orientés vers la lutte contre la discrimination à l'égard des femmes, tout en s'inscrivant dans le programme de budgétisation sensible au genre.**

- **Les efforts doivent également être orientés vers une coordination plus poussée entre les associations engagées dans le Mouvement pour le tiers.** Cette coordination ainsi qu'une **plus grande implication des associations pour les droits des femmes**, et une plus grande médiatisation de la question de la participation politique des femmes permettraient d'en faire une priorité de l'agenda politique national.

4. Recommandations pour le volet « Gendérisation de l'administration publique »

Les données récoltées par les études juridique et sociologique, permettront de nourrir le plaidoyer pour la gendérisation de l'administration publique :

- **Le plaidoyer pour la gendérisation de l'administration publique doit s'appuyer sur des études et des enquêtes relatives aux discriminations dont sont victimes les femmes en matière de fonction publique.** Aussi, il convient de développer un outil statistique qui prenne en compte les données selon le sexe, à tous les niveaux de la fonction publique. Il est également important de disposer d'études qualitatives sur les obstacles à la mise en œuvre de l'égalité de traitement des femmes et des hommes en matière de recrutement, de rémunération, de promotion et à la prise en compte de la contribution de la femme à la vie domestique.
- Des stratégies de communication et de formation doivent être élaborées et mises en œuvre. Le volet communication comprendrait **l'organisation d'une campagne média à destination de l'ensemble des salariés de la fonction publique** ainsi que l'élaboration et la diffusion des supports d'information (guides, brochures). Le volet formation consisterait d'une part, en **l'organisation de séminaires sur la thématique « genre et ressources humaines » au bénéfice des cadres des directions des ressources humaines**, des évaluateurs et des membres de jurys de recrutement, et d'autre part, en la mise en place **de formations spécifiques pour les femmes de la fonction publique à fort potentiel.**