



APPROVISIONNEMENTS ET ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Note d'orientation | **Principe 5**

PROBLÉMATIQUE

Les approvisionnements représentent dans le monde des milliers de milliards de dollars et concernent des organisations de toutes tailles, des plus petites entreprises aux gouvernements, qui se trouvent liées entre elles par l'échange de biens et de services.

En raison des inégalités et des discriminations structurelles, les entrepreneures, quel que soit leur profil ethnique, leur classe, leur orientation sexuelle, leur éducation, ou encore leurs talents, ont moins accès aux capitaux et aux ressources que leurs homologues masculins dans ces chaînes de valeur complexes.

Les femmes sont donc surreprésentées dans les échelons les plus bas des chaînes d'approvisionnement (voir encadré 2 ci-dessous), dans les emplois peu qualifiés et mal payés, et à la tête des petites entreprises.¹ Dans le secteur de l'habillement, par exemple, les femmes représentent plus des trois quarts de la main-d'œuvre dans le monde et, dans certains pays, elles en constituent jusqu'à 90 %.² Pourtant les postes de direction et d'encadrement restent l'apanage des hommes, ce qui favorise discriminations et violences sexistes sur le lieu de travail.

Ces discriminations prennent de nombreuses formes, couvertes par le principe d'autonomisation des femmes n° 2 (WEP2) sur le recrutement, le licenciement, la rémunération et les avantages sociaux, l'affectation et les promotions, le WEP3, qui porte sur la santé et la sécurité au travail, particulièrement dans le cas des travailleuses enceintes, et le WEP4, qui porte sur l'éducation et la formation.

Au sein des entreprises du Fortune 500, les femmes n'occupent que 5 % des postes au sommet des chaînes d'approvisionnement.³ Une

étude réalisée en 2019 montre que, aux États-Unis et en Europe occidentale, où les structures d'approvisionnement sont les plus développées, 20 % des 60 plus grandes entreprises cotées ont une femme à la tête de leur fonction achats.⁴ En France, plus de 30 femmes ont été promues au poste de responsable des achats sur une période de 18 mois, ce qui représente une augmentation de plus de 30 % par rapport à 2015⁵

Encadré 1 Boîte à outils des WEPs

La présente note d'orientation fait partie d'un ensemble d'outils destinés à aider les entreprises à mettre en œuvre les principes d'autonomisation des femmes (*Women's Empowerment Principles* ou WEPs). Se concentrant sur le WEP5, qui concerne les pratiques de marketing et de chaîne d'approvisionnement qui font avancer la cause des femmes, cette note d'orientation a pour objectif spécifique d'aider les signataires des WEPs à hiérarchiser, établir et mettre en œuvre des pratiques d'approvisionnement éthiques et tenant compte des questions de genre sans compromettre la qualité, l'efficacité, le contrôle des coûts ou le rapport qualité-prix. Elle s'appuie sur le Guide pour entreprises 2017 des approvisionnements soucieux de l'égalité femmes-hommes publié par d'ONU Femmes⁶.

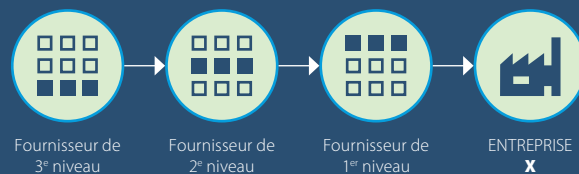
Cette note d'orientation propose aux entreprises des stratégies concrètes pour systématiquement s'approvisionner en biens et services auprès d'autres entreprises conformes aux WEPs. Bien que la note d'orientation s'adresse à l'ensemble des responsables d'entreprise ayant signé les WEPs, elle peut être particulièrement pertinente pour les services des achats et de la chaîne d'approvisionnement.

Pour les entreprises détenues par des femmes, cela signifie avoir accès à moins de 1 % des dépenses d’approvisionnement des grandes entreprises⁷ – ce qui se traduit par des centaines de milliards de dollars d’opportunités perdues pour les femmes, les entreprises et les économies. De même, si certains gouvernements utilisent leurs approvisionnements – estimés à 13 000 milliards de dollars⁸ par an – pour avancer leurs objectifs socio-économiques, rares sont ceux qui en font de même pour contribuer au développement d’entreprises dirigées par des femmes, pourtant hautement qualifiées. La fonction achats peut pourtant être un puissant levier stratégique pour faire progresser l’égalité femmes-hommes dans la sphère économique.

Face à cette situation, des entreprises ont décidé d’adopter des politiques d’achats soucieuses de l’égalité femmes-hommes et d’autres politiques favorisant des pratiques commerciales responsables. Ces efforts peuvent jouer un rôle important dans l’avancement des femmes et dans la lutte contre les inégalités de genre, les discriminations, et les abus dont sont victimes les femmes sur le lieu de travail et dans la sphère économique.

Encadré 2 Niveaux de fournisseurs

Les activités qui amènent des biens à l’entreprise X sont dites en amont, celles qui en font sortir des biens sont dites en aval. Les activités en amont sont divisées en plusieurs niveaux de fournisseurs. Un fournisseur qui envoie des biens directement à l’entreprise X est appelé fournisseur de premier niveau, tandis qu’un fournisseur qui envoie des biens à un fournisseur de premier rang est un fournisseur de deuxième rang, qu’un fournisseur qui envoie des biens à un fournisseur de deuxième rang est un fournisseur de troisième rang, et ainsi de suite jusqu’à l’origine des biens.⁹



APPROVISIONNEMENTS ET ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Veiller à l’égalité femmes-hommes dans ses approvisionnements, c’est opter pour des achats durables de biens, de services ou de travaux en tenant compte de l’impact sur l’égalité femmes-hommes et de l’avancement des femmes. Cette approche s’appuie sur des normes, accords et principes internationaux visant l’amélioration des conditions de travail en tenant compte de la dimension de genre, et qui sont essentiels pour le respect des droits fondamentaux des femmes dans les chaînes d’approvisionnement (voir encadré 3 ci-dessous). Un solide code de conduite opérationnel pour la chaîne d’approvisionnement est la clé de voûte de la mise en œuvre pratique des WEPs.

S’approvisionner d’une manière soucieuse de l’égalité femmes-hommes consiste pour les entreprises à tirer parti de leurs politiques et pratiques d’achats pour promouvoir l’égalité femmes-hommes et encourager leurs fournisseurs à améliorer leurs réalisations en matière d’égalité femmes-hommes et d’avancement des femmes. La diversification du pool de fournisseurs, en augmentant la part des achats effectués auprès d’entreprises appartenant à des femmes ou sensibles à la dimension de genre, est ici essentielle.

Les personnes impliquées dans les approvisionnements sensibles aux questions de genre tiennent compte de leur impact sur l’égalité femmes-hommes et cherchent à permettre aux travailleuses et aux entreprises dirigées par des femmes de bénéficier d’opportunités commerciales. Lorsqu’elles décident de leurs achats durables de biens, de services ou de travaux, elles prennent également en compte les relations de pouvoir entre femmes et hommes dans les chaînes de valeur et les transactions commerciales.

Les WEPs aident à mettre en cohérence l’ensemble des éléments d’une organisation pour faire progresser l’égalité femmes-hommes et l’avancement des femmes. Lorsque les signataires des WEPs achètent auprès d’entreprises détenues par des femmes et d’autres signataires des WEPs, ils enrichissent la diversité de leurs fournisseurs mais contribuent également à réduire les discriminations systémiques. Cela peut également accroître les possibilités de croissance des fournisseurs et les connecter à des réseaux professionnels, à des opportunités commerciales intéressantes et à des sources de revenus durables.

Encadré 3 Normes, accords et principes internationaux relatifs à l'égalité femmes-hommes

Droits de la personne

- Déclaration universelle des droits de l'homme, 1948¹⁰
- Convention des Nations Unies sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, 1979¹¹
- Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits humains, 2011¹²

Égalité femmes-hommes

- Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes, 1993¹³
- Déclaration et programme d'action des Nations Unies de Pékin, 1995¹⁴
- WEPs, 2010¹⁵
- Objectifs de développement durable, en particulier le n° 5¹⁶
- Déclaration de la CEE-ONU pour « normes et l'élaboration des normes tenant compte des questions de genre », 2019¹⁷
- Approche sexospécifique des principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits humains, 2019¹⁸
- Guide de l'OCDE sur le devoir de diligence pour une conduite responsable des entreprises¹⁹

Emploi

- OIT C111 – Convention concernant la discrimination (emploi et profession), 1958²⁰
- OIT C100 – Convention sur l'égalité de rémunération, 1951²¹
- OIT C156 – Convention sur les travailleurs ayant des responsabilités familiales, 1981²²
- OIT R165 – Recommandation sur les travailleurs ayant des responsabilités familiales, 1981²³
- OIT C183 – Convention sur la protection de la maternité, 2000²⁴
- OIT C190 – Convention sur la violence et le harcèlement, 2019²⁵

CONSIDÉRATIONS ÉCONOMIQUES

La mise en place d'une politique d'achats soucieuse de l'égalité femmes-hommes au sein d'une entreprise présente de nombreux avantages précieux. La présente note d'orientation en couvre trois, essentiels.

Une culture ancrée dans des valeurs : Les signataires des WEPs sont convaincus de l'intérêt économique de l'égalité femmes-hommes, et l'intègrent à tous les niveaux de leurs organisations. Mettre en conformité avec les WEPs les processus d'achats, même ceux qui paraissent mineurs, peut en réalité avoir un effet domino sur toute la chaîne de valeur, et c'est donc l'ensemble des ramifications potentielles pour la chaîne d'approvisionnement qui doivent être prises en compte.

De nouvelles opportunités commerciales et une réduction des risques : Encourager la diversité et l'inclusion des fournisseurs favorisent l'innovation par le développement de nouveaux produits, services et solutions, stimulent la concurrence entre

fournisseurs existants et potentiels, autant sur les prix et que sur le service, et renforce la pénétration du marché et l'accès à de nouveaux marchés. Diversifier ses fournisseurs peut également devenir une source d'avantage concurrentiel pour une entreprise – se limiter toujours aux mêmes fournisseurs peut s'avérer un pari risqué.

Les entreprises peuvent atténuer leurs risques commerciaux en diversifiant leur pool de fournisseurs pour inclure des entreprises appartenant à des femmes ou partageant les mêmes valeurs.²⁶ Les fournisseurs femmes ont une compréhension unique du marché des femmes et cela, allié à leur expérience de la vente à d'autres femmes, peut profiter aux entreprises à court et à long terme.

Un pool de fournisseurs diversifié permet également à une entreprise d'obtenir plus rapidement de petites commandes, des produits spécialisés ou des services essentiels, et de tirer parti des nouvelles possibilités de croissance grâce au développement de nouveaux besoins chez les consommateurs.²⁷

Les entreprises diversifient de plus en plus leurs chaînes d'approvisionnement, car elles ont conscience que leurs fournisseurs peuvent devenir leurs clients. Les investisseurs institutionnels utilisent également de plus en plus leurs droits de vote pour sanctionner les entreprises ne respectant pas les plus hautes normes environnementales, sociales, et de gouvernance synonymes de valeur pour les « parties prenantes », comme la parité femmes-hommes au sein des conseils d'administration.

Image de marque et fidélisation des clients : Les entreprises dont les politiques et les pratiques en matière de chaîne d'approvisionnement sont diversifiées et inclusives renforcent leur image de marque et leur réputation.

De plus, la promotion de l'égalité femmes-hommes dans la chaîne d'approvisionnement renforce la réputation, améliore les relations avec la société civile, et maximise ces avantages potentiels en créant des liens avec celle-ci.

Une enquête de Nielsen révèle que 66 % des personnes interrogées dans le monde, hommes et femmes, se disent prêtes à payer plus cher pour des produits et des services d'entreprises

s'engageant à avoir un impact positif pour la société et l'environnement.²⁸ Dans le sondage « Nouveaux Fronts » de la CSI pour 2016, 82 % des personnes tenaient les entreprises responsables des actions de leurs sous-traitants.²⁹

En outre, les consommateurs demandent des entreprises de plus en plus d'informations sur leur engagement en faveur de la diversité, de l'inclusion et de l'égalité femmes-hommes dans les chaînes d'approvisionnement³⁰, et les investisseurs privilégient la transparence des pratiques en matière d'égalité femmes-hommes. Pourtant, moins de 10 % des entreprises communiquent publiquement sur leur façon de promouvoir l'égalité femmes-hommes dans leurs approvisionnements.³¹

Lorsque les femmes savent qu'une entreprise s'engage en faveur de l'égalité des genres et soutient les entreprises détenues par des femmes, 78 % d'entre elles souhaitent essayer ses produits ou services, 80 % disent faire preuve d'une plus grande fidélité envers la marque, et 50 % entendent donner une seconde chance à l'entreprise si son produit ou service ne répond pas aux attentes de départ.³² Souvent, les fournisseurs deviennent aussi consommateurs de produits fabriqués par leur client. Les entreprises qui tiennent compte des questions de genre dans leurs politiques d'achat peuvent en tirer parti pour affiner leur modèle commercial en intégrant ce souci dans leur proposition de valeur au client, dans leurs stratégies marketing et de vente, et dans leurs efforts de communication externe.

QUE PEUVENT FAIRE LES ENTREPRISES ?

La transformation du processus d'achat d'une entreprise doit être menée de manière cohérente. Un bon point de départ consiste à mettre en place une série de tests pilotes pour comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas et ainsi servir de base à des pratiques qui peuvent ensuite être étendues. Dans ce processus, le personnel, les politiques d'entreprise, les pratiques opérationnelles, la communication, la gestion des connaissances et les relations avec les différents acteurs sont autant de facteurs importants qui doivent être pris en compte au sein d'une entreprise et entre les différents services.

PERSONNEL

La diversité des genres et la prise de responsabilités par des femmes sont essentielles dans les services d'achat, étant donné que ceux-ci gèrent en moyenne 64 % des dépenses totales d'une entreprise³³, et qu'une plus grande diversité ici se traduira probablement par un approvisionnement plus inclusif. Les entreprises peuvent donc :

- recruter de manière proactive des femmes pour les fonctions d'approvisionnement et offrir des formations pour renforcer le réservoir de talents féminins et la prise de responsabilités des femmes dans ce domaine,
- nommer des femmes à des postes de direction et d'encadrement dans les fonctions achats.

Un engagement ferme de la direction générale est ici essentiel, et peut se manifester par exemple :

- en intégrant le souci des questions de genre dans les descriptions des postes d'approvisionnement, en commençant par la personne qui en a la direction (voir encadré 4).
- en rendant l'encadrement à tous les niveaux responsable des résultats dans ce domaine en intégrant des indicateurs de l'égalité femmes-hommes dans les objectifs et évaluations de performance des cadres supérieurs, du personnel, ainsi que des fournisseurs, sous-traitants et travailleurs indépendants.

POLITIQUES DE L'ENTREPRISE

Un engagement ferme de la direction générale est également essentiel pour faire des approvisionnements soucieux de l'égalité femmes-hommes un élément central de la culture et des pratiques opérationnelles d'une entreprise.

Parmi les mesures possibles :

- Un code de conduite et de solides procédures de vérifications nécessaires qui tiennent compte de la dimension de genre et s'applique autant à l'entreprise qu'à ses partenaires commerciaux
- Une analyse de la chaîne d'approvisionnement actuelle de l'entreprise pour servir de référence et mesurer le lien entre les résultats escomptés et le nombre réel de signataires des WEPs et d'entreprises détenues par des femmes dans la chaîne d'approvisionnement (voir l'encadré 5 ci-dessous pour des exemples de points à analyser)
- Une plateforme d'achats en ligne permettant de sauvegarder des données, notamment les données de départ comme référence et les caractéristiques détaillées des fournisseurs – une collecte systématique des données peut aider à mieux comprendre les obstacles et les défis auxquels sont confrontés les fournisseurs

Encadré 4 Exemple de description de poste de spécialiste achats

- Supervise et encadre le personnel et les activités du service des achats, y compris sa stratégie d'approvisionnement soucieux de l'égalité femmes-hommes.
- Prépare des plans pour l'achat de biens et de services auprès d'entreprises appartenant à des femmes ou sensibles à la dimension de genre.
- Applique les politiques et procédures d'achat de l'entreprise pour faire progresser l'égalité femmes-hommes parmi ses fournisseurs.
- Adopte une perspective de genre lors de l'examen, de la comparaison, de l'analyse et du choix des produits et services à acheter.
- Gère les inventaires et tient à jour les informations précises sur les achats et des prix ainsi sur les performances des fournisseurs en matière sociale et d'égalité femmes-hommes.
- Consigne et tient à jour les informations des fournisseurs, comme leurs qualifications, délais de livraison, gammes de produits, résultats en matière d'égalité femmes-hommes et performances et résultats sociaux globaux.
- Maintien de bonnes relations avec les fournisseurs et négocie les contrats dans une optique de genre.
- Recherche et évalue des fournisseurs potentiels ayant adopté une approche opérationnelle sensible aux questions de genre.
- Prépare des budgets, des analyses de coûts, et des études et rapports sur les performances en matière sociale et d'égalité femmes-hommes.

- Une stratégie de mise en œuvre pratique avec une feuille de route claire décrivant les mesures à prendre, les objectifs, les rôles et les devoirs de chacun, ainsi que les personnes responsables des résultats
- L'allocation des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs
- Une stratégie de communication efficace pour sensibiliser les acteurs concernés aux politiques suivies et à leurs droits et responsabilités

Un solide système de suivi est nécessaire pour accompagner ces mesures. L'analyse de départ et la stratégie de mise en œuvre doivent servir de base à une collecte de statistiques standardisées sur les questions de genre et une ventilation des données par sexe. Ses objectifs peuvent inclure à la fois à des indicateurs quantitatifs liés à l'élargissement et à la diversification du pool de fournisseurs et des indicateurs qualitatifs pour comprendre et répondre aux obstacles qui empêchent certains fournisseurs d'accéder et de participer pleinement aux chaînes d'approvisionnement. Les fournisseurs doivent être encouragés à partager ces informations par le biais de divers canaux de communication.

L'évaluation des risques est essentielle pour identifier et évaluer tout risque social et environnemental réel ou potentiel, en particulier là où une vigilance accrue en matière de discrimination de genre est nécessaire. Il faut ici prendre en compte les activités propres d'une entreprise mais aussi celles de ses partenaires commerciaux. Une attention particulière doit être accordée à des domaines où les femmes sont confrontées à des discriminations et des préjugés spécifiques, comme l'embauche et le licenciement, les salaires et les avantages sociaux, les infrastructures, et la santé et sécurité au travail, avec par exemple l'exposition à des produits chimiques (voir encadré 5). Il convient également de prêter attention au marketing et à la publicité, car de nombreuses entreprises ont tendance à perpétuer les stéréotypes sexistes, à normaliser des discriminations traditionnelles et à objectiver et sexualiser le corps des femmes. Dans certains cas extrêmes, des entreprises peuvent jouer un rôle dans la traite des femmes à des fins d'exploitation sexuelle, notamment pour la production de matériel pornographique.

Pour mieux comprendre ces risques, il est utile d'examiner certains facteurs susceptibles d'affecter une chaîne d'approvisionnement et de réfléchir à quels domaines pourraient bénéficier de ressources supplémentaires pour remédier à toute discrimination sexiste.

Encadré 5 Analyse de départ - exemples de questions

Parmi les questions pouvant être posées dans le cadre de cette étude :

- **Combien d'entreprises font partie de votre chaîne d'approvisionnement ?**

- Combien de ces entreprises sont signataires des WEPs ? Vous trouverez la liste des signataires des WEPs ici : www.weps.org/companies.
- À combien de fournisseurs a-t-on appliqué des critères d'égalité femmes-hommes ?
- Combien de ces entreprises sont détenues par des femmes ?
- Quel est le ratio actuel entre entreprises détenues par des femmes et par des hommes, et la part de signataires des WEPs ?

- **Quelle est la valeur du contrat avec vos fournisseurs ?**

- Combien de contrats avez-vous en moyenne par an avec chaque fournisseur selon qu'il soit détenu ou non par des femmes et qu'il ait ou non signé les WEPs ?
- Quelle est la valeur totale/moyenne de ces contrats selon ces mêmes variables en valeur absolue et/ou en pourcentage du total des dépenses annuelles en approvisionnement ?

- **Dans quelle mesure vos fournisseurs sont-ils sensibles à la dimension de genre ?**

Le ratio femmes/hommes d'une entreprise peut être une indication de sa capacité à attirer et à conserver les talents féminins et de leurs efforts pour promouvoir les femmes.

- Quel est le ratio femmes/hommes au niveau de la direction de ces entreprises ?
- Quel est le ratio moyen femmes/hommes au sein du personnel de ces entreprises ?
- Ces entreprises ont-elles déjà communiqué leurs résultats en matière d'égalité femmes-hommes, et si oui, où ?

- Portée géographique : étudier les préjugés et les discriminations sexistes, les normes culturelles, et les dynamiques de pouvoir entre les sexes peut aider à identifier et à comprendre les défis spécifiques que rencontrent les femmes dans chaque pays.
- Crise exceptionnelle : comprendre les questions liées aux migrations et aux flux de réfugiés (qui comptent souvent une majorité de femmes migrantes)³⁴ peut également contribuer à éclairer les pratiques d'approvisionnement. Les femmes migrantes sont particulièrement exposées aux situations de vulnérabilité et de discriminations sexistes.
- Modèle de production : le travail à domicile est une opportunité certaine pour les femmes et les hommes de concilier responsabilités familiales et revenus. Toutefois, il peut également servir à perpétuer des discriminations sexistes par des salaires plus bas et des horaires plus longs.
- Spécificités sectorielles : certains secteurs et types de produits, comme l'industrie de l'habillement et du textile, ont traditionnellement reposé sur une main-d'œuvre féminine. Cependant, la direction de ces entreprises reste masculine.

Soutien en interne

La clé d'une politique opérationnelle réussie est de disposer du soutien de la direction et des différents services de l'entreprise, en particulier de celui des ressources humaines, des fonctions opérationnelles (production, achats et approvisionnement), et des fonctions juridiques et de communication. La définition d'objectifs annuels pour évaluer la mise en œuvre des progrès est essentielle, tout comme la communication de ces objectifs à l'ensemble du personnel.

Des systèmes et des procédures développés en commun sont également nécessaires, avec des directives claires pour la mise en œuvre d'autres WEPs liées aux questions de recrutement (WEP2) et de santé et de la sécurité (WEP3).

Soutien externe

Il est tout aussi important d'obtenir le soutien des membres du conseil d'administration de l'entreprise, de ses partenaires commerciaux et des autres parties prenantes clés. Là encore, la communication est essentielle, la priorité étant ici d'envoyer un message clair aux partenaires commerciaux quant à l'engagement de l'entreprise en faveur d'une politique d'achat soucieuse de l'égalité femmes-hommes et des mesures nécessaires pour y parvenir.

PRATIQUES OPÉRATIONNELLES

À partir des résultats de l'analyse de départ, les entreprises peuvent évaluer le possible déséquilibre dans les chances qu'elles donnent aux entreprises sensibles à la dimension de genre ou appartenant à des femmes. Différentes mesures peuvent permettre de surmonter ces déséquilibres.

Classer les fournisseurs et les sous-traitants selon qu'ils sont détenus par des femmes, selon qu'ils ont **adhéré aux WEPs**, et selon d'autres critères pertinents.

Faciliter l'accès aux opportunités commerciales en communiquant largement sur les possibilités d'approvisionnement en biens et en services.

Cela aidera en particulier les petites d'entreprises dirigées par des femmes qui ne sont pas au courant de l'ensemble des opportunités. Cela peut être fait :

- en standardisant et en consolidant le processus de soumission,
- en publiant sur le site Internet de l'entreprise ses politiques, procédures et points de contact pour l'approvisionnement,
- en créant un portail web centralisé, ou une chambre de compensation électronique, où sont publiés les appels d'offres de l'entreprise,
- en publiant dans le rapport annuel de l'entreprise et dans son rapport sur le développement durable les résultats obtenus par les politiques d'approvisionnement soucieuses des questions de genre,
- en établissant des partenariats avec des organisations locales de femmes et des organismes de certification pour aider à identifier les difficultés et les solutions,
- en supprimant les critères de capitaux et en limitant la taille des contrats, par exemple en subdivisant les critères (attribuer un unique contrat de grande ampleur peut exclure de nombreuses petites entreprises détenues par des femmes qui n'ont pas la taille requise pour être compétitives).



Modifier les critères de sélection des fournisseurs et les appliquer aux pratiques d'approvisionnement en attribuant une certaine part des contrats à des « partenaires privilégiés » – des entreprises sensibles aux questions de genre ou appartenant à des femmes – et en communiquant ouvertement à ce sujet. Les gouvernements et les entreprises ayant recours à cette mesure se fixent des objectifs allant de 5 à 30 %. Il est important que les objectifs soient mesurables et s'appliquent à l'ensemble de l'organisation, et que la liste des partenaires privilégiés soit revue régulièrement afin de garantir des conditions de concurrence équitables pour des entreprises détenues par des femmes certes nouvelles et de petite taille, mais tout aussi capables.

- Donnez la priorité à vos partenaires privilégiés – les entreprises sensibles aux questions de genre ou détenues par des femmes – par rapport aux autres entreprises. Par exemple, pour des offres tout aussi satisfaisantes, les contrats peuvent être attribués à un partenaire privilégié, c'est-à-dire une entreprise sensible aux questions de genre ou appartenant à des femmes.
- Permettez aux partenaires privilégiés d'être présélectionnés pour certains groupes ou catégories de contrats. Cela nécessite de réserver certaines opportunités commerciales, par exemple celle en dessous d'un certain montant, à des entreprises détenues par des femmes.
- Introduisez des critères en matière de sous-traitance. Par exemple, les fournisseurs choisis pour des contrats au-delà d'un certain montant peuvent être tenus de présenter des plans d'approvisionnement auprès d'entreprises détenues par des femmes, contribuant ainsi à atteindre vos objectifs.
- Donnez des scores/notes plus élevées aux entreprises qui répondent à certains critères portant sur l'égalité femmes-hommes. Par exemple, les entreprises appartenant à des femmes ou sensibles à la dimension de genre peuvent être présélectionnées pour certains groupes ou types de contrats. Cela implique que l'entité adjudicatrice réserve certaines opportunités commerciales, par exemple celles en dessous d'un certain montant, à des entreprises détenues par des femmes.³⁵ L'entité adjudicatrice peut également favoriser les fournisseurs dont les équipes respectent une certaine parité entre les sexes et sont sensibilisées aux questions d'égalité femmes-hommes et d'avancement des femmes.

Mettre à jour les conditions de paiement et régler rapidement en offrant des conditions de paiement plus favorables aux petites entreprises et à celles détenues par des femmes, en particulier si les conditions de paiement standard dépassent les 30 jours.³⁶ Les grandes entreprises sont encouragées à payer leurs fournisseurs rapidement, dès réception des biens ou des services, pour aider la trésorerie des petites entreprises.

BIEN CONNAÎTRE ET FAIRE PROGRESSER SES FOURNISSEURS

Pour augmenter le nombre de fournisseurs détenus par des femmes ou sensibles aux questions de genre :

- Tirez parti de l'influence de votre entreprise, seule ou en partenariat, pour faire progresser l'égalité femmes-hommes, et encouragez vos fournisseurs à signer et à adopter les WEPs et à ainsi suivre vos traces.
- Consultez la [base de données WEPs](#) pour trouver des partenaires qui partagent vos valeurs.
- Indiquez aux associations professionnelles et aux réseaux d'affaires pour femmes quels produits ou services vous achetez, notamment en organisant des rencontres où vous pouvez vous présenter. Dans certains pays comme les États-Unis, le Women's Business Enterprise National Council (WBENC) et WEConnect International (également présent hors des États-Unis) certifient les entreprises détenues, contrôlées et dirigées par des femmes – des bases de données similaires existent dans d'autres pays.
- Tirez parti de votre participation à des initiatives multipartites et à des initiatives d'entreprises responsables pour plaider en faveur de la collecte de données ventilées par sexe et de l'élaboration d'outils de diligence raisonnable tenant compte de la dimension de genre.
- Établissez vos propres listes d'entreprises appartenant à des femmes ou sensibles à la dimension de genre et invitez-les à soumissionner. Posez-vous des questions atypiques pour trouver des entreprises détenues par des femmes.
- Réalisez régulièrement des questionnaires auprès de vos fournisseurs pour mieux comprendre leurs offres, leurs besoins et leurs valeurs, et par exemple leurs politiques et pratiques en matière d'égalité femmes-hommes,
- Étudiez la composition de la main-d'œuvre de vos fournisseurs, c'est-à-dire le ratio moyen entre femmes et hommes au niveau de la direction et du personnel sur les deux dernières années. Cela peut aider à identifier des dynamiques de pouvoir privilégiant les hommes qui souvent sous-tendent les discriminations, les violences et les abus sexistes, et cela peut vous aider à décider de votre niveau d'investissement et de vigilance vis-à-vis de vos partenaires commerciaux les plus importants.

Soutenir vos fournisseurs préférés – des entreprises sensibles à la dimension de genre ou appartenant à des femmes

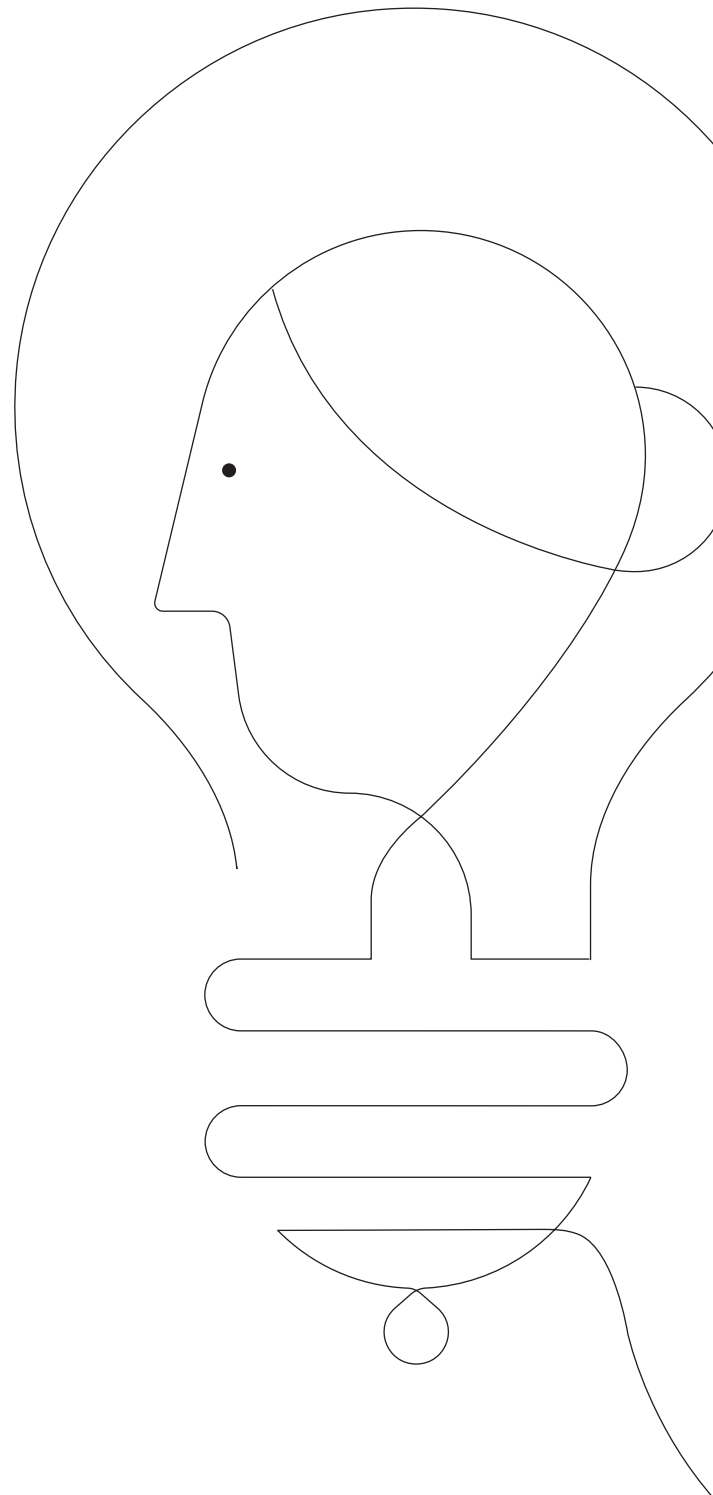
- Demandez à vos partenaires privilégiés de vous faire part de leurs expériences, de leurs difficultés actuelles ou des défis auxquels elles sont confrontées pour avoir accès ou participer pleinement à votre chaîne d'approvisionnement, et écoutez leurs recommandations pour résoudre ces problèmes – les petites entreprises dirigées par des femmes peuvent par exemple être découragées par des processus inutilement longs et compliqués.
- Établissez un réseau de partenaires privilégiés (fournisseurs actuels et futurs) :
 - organisez des événements réunissant des fournisseurs pour leur donner des occasions de mise en réseau et créer une communauté inclusive de chaînes d'approvisionnement sensibles aux questions de genre ; lors de ces rencontres, faites attention au ratio femmes/hommes chez vos fournisseurs – il peut être le reflet du ratio femmes/hommes du personnel et de la direction d'une entreprise,
 - aidez-les à s'intégrer à votre chaîne d'approvisionnement, par exemple dans votre processus d'appel d'offres, vos procédures, vos conditions de paiement, ou dans la conclusion des contrats ; en outre, lorsqu'une entreprise ne remporte pas un appel d'offres, faites-lui part de vos commentaires afin qu'elle puisse apprendre du processus et remédier à ses insuffisances lors de futurs appels d'offres.
- Facilitez l'accès au capital des entreprises détenues par des femmes pour financer leurs premières commandes en association avec des institutions financières. Votre soutien peut aider des femmes à développer leur entreprise et donc leur relation avec votre entreprise.
- Analyser l'impact de votre entreprise sur l'égalité femmes-hommes sur le marché dans son ensemble.



GESTION DES CONNAISSANCES

À partir de l'analyse de départ et de l'évaluation des risques :

- Surveillez et affinez régulièrement vos politiques d'approvisionnement inclusives pour vous permettre de répondre de manière flexible à l'évolution des objectifs et de la croissance de votre entreprise ainsi qu'aux conditions nouvelles et émergentes sur le marché. Cela peut également vous aider à mieux comprendre l'impact de ces politiques sur des critères tels que la fidélité des clients, les gains d'efficacité et les réductions de coûts dues à un renforcement de la concurrence entre vos fournisseurs.
- Fixez des objectifs et des indicateurs de réussite concrets pour promouvoir l'égalité femmes-hommes dans vos chaînes d'approvisionnement. Définir de tels objectifs et indicateurs aide les entreprises à :
 - communiquer auprès de leur personnel et de leurs partenaires commerciaux sur leurs programmes en faveur de l'égalité femmes-hommes,
 - allouer le budget et les ressources humaines nécessaires pour atteindre leurs objectifs,
 - montrer leur engagement et leurs progrès aux parties prenantes internes et externes.
- Continuez d'analyser de possibles risques de discriminations sexistes dans votre chaîne d'approvisionnement et saisissez-vous des questions émergentes. Il peut par exemple s'agir de codes de conduite et d'audits sociaux tenant compte des questions de genre, comme ceux réalisés par amfori BSCI, un programme de vérifications nécessaires en matière de droits de la personne mené par amfori, une association économique mondiale œuvrant pour un commerce ouvert et durable.
- Mettez en place un plan d'amélioration continue prévoyant des audits internes des politiques d'approvisionnement soucieuses de l'égalité femmes-hommes, des enquêtes auprès des parties prenantes internes et externes, et une communication permanente entre votre entreprise et vos partenaires privilégiés afin d'optimiser l'exécution des contrats, les paiements et la livraison des biens et services.
- Mettez en place des canaux efficaces de communication des griefs pour que parties prenantes et fournisseurs puissent exprimer leurs préoccupations. Ayez pour objectif une parité femmes/hommes dans la composition de l'équipe de gestion des griefs.



NOTES DE FIN DE DOCUMENT

- 1 Anna Falth, « Gender equality - the missing link in the supply chain », *The Procurement Magazine*, n° 3 (2019). Disponible à l'adresse suivante : www.empowerwomen.org/resources
- 2 International Training Centre de l'Organisation internationale du Travail (ICTILO), *Where do women work in global supply chains?* Disponible sur https://gby.ictilo.org/index.php/briefing/show_paragraph/id/40.html (consulté le 8 septembre 2020).
- 3 Kevin O'Marah, « It's time to put more women at the top of the supply chain », *Industry Week*, (octobre 2016). Disponible à l'adresse suivante : www.industryweek.com/supply-chain/article/21990819/its-time-to-put-more-women-at-the-top-of-the-supply-chain
- 4 Xavier Nougès et autres, *Women in procurement, Gender parity is key to better performance*, Oliver Wyman, 2019. Disponible à l'adresse suivante : www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2019/feb/Women-in-Procurement.pdf
- 5 Ibid.
- 6 ONU Femmes, *The power of procurement: How to source from women-owned businesses*. Disponible à l'adresse suivante : www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2017/the-power-of-procurement-how-to-source-from-women-owned-businesses-en.pdf?la=en&vs=237 (consulté le 8 septembre 2020).
- 7 Elizabeth A. Vazquez, and Andrew J. Sherman, *Buying for impact: How to buy from women and change our world*. (Charleston, Caroline du Sud, Advantage Media Group, 2013).
- 8 Open Contracting Partnership, *How Governments Spend: Opening Up the Value of Global Public Procurement*, 2020. Disponible ici : <https://www.open-contracting.org/wp-content/uploads/2020/08/OCP2020-Global-Public-Procurement-Spend.pdf>
- 9 Donald Waters, *Operations Strategy*, chapitre 13 sur la structure de la chaîne d'approvisionnement.
- 10 Nations Unies, *Déclaration universelle des droits de l'homme* (décembre 1948), disponible sur <https://www.un.org/fr/universal-declaration-human-rights/index.html>
- 11 Haut-Commissariat aux droits de l'homme (HCDH), *Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes*, New York, (18 décembre 1979). Disponible à l'adresse suivante www.ohchr.org/fr/ProfessionalInterest/Pages/CEDAW.aspx
- 12 Haut-Commissariat aux droits de l'homme (HCDH), *Mise en œuvre du cadre de référence «protéger, respecter et réparer» des Nations Unies* (2011). Disponible à l'adresse suivante : www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesEntreprisesHR_FR.pdf – voir les principes 11 à 14 pour des orientations détaillées sur l'égalité femmes-hommes.
- 13 Haut-Commissariat aux droits de l'homme (HCDH), *Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes*, (20 décembre 1993). Disponible à l'adresse suivante : www.ohchr.org/fr/professionalinterest/pages/violenceagainstwomen.aspx
- 14 ONU Femmes, *Déclaration et programme d'action de Pékin, Déclaration politique et résultats de Pékin+5* (1995). Disponible sur https://beijing20.unwomen.org/~media/quarters/attachments/sections/csw/pfa_f_final_web.pdf
- 15 Principes d'autonomisation des femmes, disponible sur www.weps.org
- 16 Nations Unies, <https://sdgs.un.org/goals>
- 17 Commission économique des Nations unies pour l'Europe, *Déclaration pour des normes et le développement de normes tenant compte de la dimension de genre* (2018). Disponible sur www.unece.org/fileadmin/DAM/trade/wp6/AreasOfWork/GenderInitiative/UNECEGenderDeclaration_English.pdf
- 18 Bureau du Haut-Commissariat aux droits de l'homme (HCDH), *Une optique de genre dans les Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme*, disponible sur www.ohchr.org/fr/Issues/Business/Pages/GenderLens.aspx
- 19 Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), *Guide de l'OCDE sur le devoir de diligence pour une conduite responsable des entreprises*. Disponible à l'adresse suivante : <https://mneguidelines.oecd.org/OECD-Due-Diligence-Guidance-for-Responsible-Business-Conduct.pdf>
- 20 Organisation internationale du travail (OIT), C111 – *Convention (n° 111) concernant la discrimination (emploi et profession)*, 1958. Disponible à l'adresse suivante : www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0:NO:P12100_ILO_CODE:C111
- 21 Organisation internationale du travail (OIT), C100 – *Convention (n° 100) sur l'égalité de rémunération*, 1951. Disponible à l'adresse suivante : www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12100:0:NO:P12_100_ILO_CODE:C100
- 22 Organisation internationale du travail (OIT), C156 – *Convention (n° 156) sur les travailleurs ayant des responsabilités familiales*, 1981. Disponible à l'adresse suivante : www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12100:0:NO:P12100_ILO_CODE:C156
- 23 Organisation internationale du travail (OIT), R165 – *Recommandation (n° 165) sur les travailleurs ayant des responsabilités familiales*, 1981. Disponible à l'adresse suivante : www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0:NO:12100:P12100_INSTRUMENT_ID:312503:NO
- 24 Organisation internationale du travail (OIT), C183 – *Convention (n° 183) sur la violence et le harcèlement*, 2000. Disponible à l'adresse suivante : www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12100:0:NO:P12_100_ILO_CODE:C183
- 25 Organisation internationale du travail (OIT), C190 – *Convention (n° 190) sur la violence et le harcèlement*, 2019. Disponible à l'adresse suivante : www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0:NO:P12100_ILO_CODE:C190
- 26 Susan Harris Rimmer, *Gender-smart Procurement Policies for Driving Change*, (Londres, Chatham House, Royal Institute of International Affairs, décembre 2017). Disponible à l'adresse suivante : www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/Gender-smart%20Procurement%20-%202012_2017.pdf
- 27 ONU Femmes, *The power of procurement*.
- 28 Nielsen, *Consumer-goods' brands that demonstrate commitment to sustainability outperform those that don't* (octobre 2015). Disponible à l'adresse suivante : www.nielsen.com/us/en/press-releases/2015/consumer-goods-brands-that-demonstrate-commitment-to-sustainability-outperform/
- 29 Confédération syndicale internationale (CSI), *ILO Supply Chains Debate a Test for Tackling Poverty* (mai 2016). Disponible à l'adresse suivante : www.ituc-csi.org/ilo-supply-chains-debate-a-test
- 30 Femeconomy, *Creating Gender Equality through Procurement Toolkit*, (2020). Disponible à l'adresse suivante : <https://online.fliphtml5.com/bzrz/lzsz/#p=6>
- 31 Société financière internationale (IFC), *SheWorks: Putting Gender-Smart Commitments into Practice at the Workplace* (2016). Disponible à l'adresse suivante : www.ifc.org/wps/wcm/connect/de9a7ee8-940a-450a-bb19-eb452f9fa08e/SheWorks+Final+Report.pdf?MOD=AJPERES&CID=IDhiP4z
- 32 Vazquez, *Buying for Impact*.
- 33 CPO Rising, *The Art and Science of Procurement* (2016). Disponible à l'adresse suivante : www.cfoinnovation.com/cpo-rising-2016-art-and-science-procurement-executive-summary
- 34 Nations Unies, *Population Facts* (2017). Disponible à l'adresse suivante : www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/popfacts/PopFacts_2017-5.pdf
- 35 Nougès, *Women in procurement*.
- 36 ONU Femmes, *The power of procurement*.

Le projet intitulé « **Promouvoir une conduite responsable des entreprises dans les pays du G7 pour l'autonomisation économique des femmes au travail** » (programme **WE EMPOWER-G7**) est financé par l'Union européenne (UE) et mis en œuvre conjointement avec l'Organisation internationale du Travail (OIT). Ce programme (2018-2020) sera déployé dans le cadre de dialogues entre les parties prenantes dans l'UE, au Canada, au Japon et aux États-Unis afin d'échanger des connaissances, des expériences, des bonnes pratiques et des enseignements dans un monde du travail en évolution. Dans le cadre des principes d'autonomisation des femmes (WEPs), WE EMPOWER s'efforce de donner aux entreprises les moyens d'aller au-delà des engagements pris en matière d'égalité femmes-hommes et d'autonomisation des femmes, en renforçant la mise en œuvre desdits principes, la collecte de données et l'établissement de rapports sur les WEPs.

En collaboration avec :



REMERCIEMENTS :

La présente note d'orientation a été établie par l'Entité des Nations Unies pour l'égalité femmes-hommes et l'autonomisation des femmes (ONU Femmes) dans le cadre du programme WE EMPOWER-G7 financé par l'Union européenne et mis en œuvre conjointement avec l'Organisation internationale du Travail. La note a été dirigée par Anna Falth avec d'importantes contributions d'Anna Gollub, Jade Cochran, Inkeri Von Hase, Meral Guzel de UN Women, Eugenie Viatchaninova de FinDev Canada, et Franzis Wimmer de amfori.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

La présente note d'orientation a été produite avec le soutien financier de l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité des auteur(e)s et ne reflète pas nécessairement les vues de l'Union européenne, des Nations Unies et de leurs membres.

Édition : Proseworks

Conception : Oliver Gantner

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

 weps.org
 [@WEPrinciples](https://twitter.com/WEPrinciples)
 empowerwomen.org
 [@Empower_Women](https://twitter.com/Empower_Women)

Principe 1



Disposer d'une équipe de direction favorable à l'égalité des genres au plus haut niveau des entreprises.

Principe 2



Traiter tous les hommes et toutes les femmes de manière équitable au travail – respecter et appuyer les droits de l'homme et la non-discrimination.

Principe 3



Garantir la santé, la sécurité et le bien-être des travailleurs et des travailleuses.

Principe 4



Promouvoir l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes.

Principe 5



Mettre en œuvre des pratiques permettant d'autonomiser les femmes au niveau du développement des entreprises, de la chaîne logistique et du marketing.

Principe 6



Promouvoir l'égalité grâce à des initiatives communautaires et à des activités de sensibilisation.

Principe 7



Mesurer et faire rapport publiquement sur les progrès réalisés en faveur de l'égalité femmes-hommes.

Financé par :

Produit par :

À l'appui de :



European Union

 **weempower**



International
Labour
Organization



Funded by the European Union



**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office