



## **« Jeunes aujourd'hui, leaders demain »**

A l'initiative du CIDDEF et avec le soutien du CFD, une formation autour du leadership a été organisée du 20 au 23 novembre 2009 à la Maison Diocésaine.

Cette formation a réuni 23 jeunes de différentes régions du pays et tous issus du milieu associatif. Trois experts ont animés cette formation.

Cette dernière intervient dans un contexte où les jeunes de manière générale sont peu présents dans le milieu associatif. Cela est dû au manque d'engagement et à leur désintérêt vis-à-vis de la vie associative et aussi au manque de formation.

C'est dans ce contexte qu'est intervenue cette formation. Elle a pour but de fournir aux jeunes, les bases de la communication qui serviront à leur association pour se faire connaître et faire connaître leur travail, de fournir les outils de gestion de projets, de fournir les moyens d'arriver à une meilleure représentativité des femmes dans le milieu associatif et leur accès à des postes de responsabilité au sein de leur association.

**La première journée** de formation, animée par Mr Outoudert Abrous, a été consacrée à la communication.

Au début de cette journée, une séance de présentation a été organisée. Nadia Ait -Zai, Directrice du CIDDEF a fait un discours d'ouverture, suivie de Katrin Heltmeier, Représentante du CFD.

Une présentation du formateur et des participants s'en est suivie.

En introduction de cette journée de formation, l'animateur a évoqué la situation de la presse en Algérie et son histoire. En Algérie, avant 1990, tous les journaux étaient publics, il a fallu attendre 1990 pour que monsieur Hamrouche premier ministre de l'époque permette la création de nouveaux journaux. Depuis cette date il y a eu 119 titres de créer, mais aujourd'hui il n'en reste que 76.

Les journaux privés ont le statut juridique de SARL, seuls deux journaux ont le statut de SPA à savoir El Watan et El Khabar

La première partie de la journée a été dédiée à l'importance des médias, connaître les médias c'est déjà acquérir la moitié de son calepin des relations de presse.

On identifie les médias par :

- le tirage, le lectorat, l'audience. Les journaux les plus lus en Algérie sont : LIBERTE et EL WATAN pour la presse francophone et EL KHABAR pour la presse arabophone.
- L'implantation géographique (si l'on s'adresse à une catégorie donnée de la population mieux vaut le faire sur un support qui lui est proche et accessible),
- Orientation politique, économique et sociale.
- Connaître les médias c'est aussi disposer d'un fichier détaillé (Adresses, téléphone, fax, emails, portables...) qui permettent d'entrer en contact avec eux à tout moment (y compris le week-end).
- Le responsable des relations avec les médias doit disposer d'un fichier média indispensable, sans lequel il lui sera difficile d'être efficace, connaître les médias c'est aussi avoir une idée sur les conditions de travail des journalistes.
- Le profil du journaliste doit être pris en considération. Ce qui est important pour une association par exemple, ne l'est pas obligatoirement pour le journaliste. En réalité ce qui retient l'attention du journaliste avant toute chose c'est l'information en tant qu'élément précis, inédit, déterminé dans le temps et qui peut intéresser ses lecteurs. Ce n'est qu'avec de l'information que l'on peut accrocher l'attention d'un journaliste.
- Connaître les journalistes c'est réussir à établir des relations directes et personnalisées avec eux mais surtout connaître le nom du journaliste qui traite les informations qui vous concernent (rubriques).

Après avoir bien étudié comment capter l'attention d'un journaliste pour qu'il s'intéresse à notre association, nous sommes passé à la manière de rédiger un communiqué de presse.

Le communiqué de presse est un moyen simple et efficace pour maintenir le contact avec les journalistes. Mais il doit répondre à un certain nombre de règles élémentaires sur le plan de la rédaction et de la présentation.

Un bon communiqué de presse doit obéir aux règles suivantes :

- Tout d'abord le communiqué de presse doit contenir de l'information et éviter toute phraséologie inutile. Un bon communiqué de presse s'attachera à présenter des faits précis, ponctuels plutôt que des considérations générales ou idéologiques.
- Un communiqué de presse doit être rédigé dans un style journalistique et non pas celui d'une brochure publicitaire

Il faut bannir tous les superlatifs et les qualificatifs pompeux et injustifiés de même que les louanges et les remerciements à outrance.

- La règle de base consiste à utiliser le style adopté par les agences de presse : aller directement vers l'information essentielle sans perdre de temps dans des développements d'introduction inutiles.

En effet, et pour bien expliquer la manière de rédiger un communiqué d'une façon correcte et attrayante pour le lecteur, le formateur a divisé les participants en 04 groupes. Chaque groupe a rédigé un communiqué de presse et le reste des participants a critiqué celui-ci.

Le premier communiqué de presse, réalisé par la LADDH, Le Souk et le CIDDEF a concerné l'organisation d'un séminaire sur le statut de la femme en Algérie. Ce séminaire a pour but de faire un plaidoyer pour la création d'un réseau englobant les ONG algériennes qui œuvrent dans le domaine de la protection et de la promotion des droits de la femme en Algérie.

Le deuxième communiqué a concerné le CIDDEF qui en partenariat avec le CFD organise une formation sous le thème : « jeunes aujourd'hui, leaders demain », dans le but d'initier et de former de futurs leaders du mouvement associatif.

Le troisième communiqué, réalisé par l'AFEPEC, qui en collaboration avec l'école des beaux arts d'Oran mènent une campagne de sensibilisation contre les violences faites aux femmes dans les facultés de la wilaya d'Oran.

Le quatrième communiqué de presse a émané de la LADDH, qui par le biais de ce communiqué informe l'ensemble des militants que le président du bureau de Ghardaia a été arrêté à son domicile.

A la fin de cet exercice, les participants et le formateur sont arrivés à la conclusion qu'un communiqué de presse doit être rédigé dans une langue simple, qu'il doit répondre à 6 questions à savoir : à ces 6 questions : qui, quoi, ou, quand, comment, pourquoi ?, et qu'il doit s'adresser à la presse et au public et non pas aux militants.

La deuxième partie de la journée de formation a débuté par le dossier de presse. Il a été défini comme étant un outil qui sert à donner aux journalistes des informations plus développées sur un sujet donné.

Le dossier de presse est plus étoffé et plus développé qu'un communiqué de presse qui donne, lui, une information brève.

C'est l'importance de l'information (ou de l'événement) et ses répercussions qui déterminent l'option d'un dossier de presse.

Comme son nom l'indique, un dossier presse est un dossier qui contient l'ensemble des éléments constituant l'information (textes, références, brochures, dépliants, photos, cassettes, vidéo, CD...)

Les secrets d'un bon dossier de presse sont :

Il ne doit contenir que des documents vraiment utiles pour le journaliste c'est-à-dire ceux qui vont l'informer véritablement sur le sujet traité et qui vont lui faciliter son travail.

Un dossier de presse n'est pas un fourre-tout rempli de documents disparates reproduisant une image flatteuse de l'émetteur sans lien avec le sujet concerné.

A l'intérieur, on trouvera d'abord un sommaire puis une synthèse du dossier en deux ou trois feuillets. Une série d'articles viendra ensuite développer les différents aspects du sujet traité. Toute publication publicitaire ou de prestige est à proscrire.

Sur la couverture doit figurer la ou les personnes à contacter en cas de besoin.

### **Comment le diffuser ?**

- Par envoi aux rédactions.
- Par envois personnalisés aux journalistes.
- Lors d'une conférence de presse ou d'événements marquants.

Ce dossier de presse nous a menés à la conférence de presse qui a été définie comme étant un moment et un lieu privilégiés pour faire passer une information importante

Pour décider de donner une conférence de presse il faut que l'information à communiquer le mérite, sinon un simple communiqué de presse, une correspondance ou un appel téléphonique fera l'affaire.

La conférence de presse ne doit être faite que s'il y a quelque chose de nouveau et d'important à dire.

Une bonne conférence de presse passe par :

- Le choix du lieu : il faut qu'il soit d'accès facile et qu'il offre des possibilités de stationnement.
- Le choix du jour et de l'heure en fonction de l'actualité prévisible du moment. Eviter autant que possible le mercredi, les éditions du jeudi étant souvent submergées de publicités, de programmes sportifs et culturels du week-end.
- L'invitation des médias (on ne les convoque pas !) par lettre envoyée une dizaine de jours à l'avance précédée ou suivie d'un appel téléphonique. Cette lettre précisera l'heure et le lieu de la conférence de presse avec quelques mots sur le sujet concerné et son importance.
- Aucune exclusivité n'est de mise : tous les médias doivent être conviés.
- La conférence de presse se déroule toujours en deux temps, le premier temps qui ne doit pas dépasser quinze à vingt minutes, est consacré à un exposé sur le thème en question, deux à trois orateurs sont suffisants à condition qu'ils connaissent le sujet et qu'ils soient capables de répondre aux questions. Evidemment avant le début de leur intervention, ils doivent être présentés ainsi que leurs fonctions ou rôles.
- Il est préférable de faire participer des techniciens qui connaissent bien le sujet que des porteurs de titres honorifiques qui n'apporteront rien.
- D'emblée il faut livrer l'information primordiale sans pour autant la vider de son contenu essentiel ni tout dévoiler afin de ne pas fermer la porte aux questions. Durant l'exposé, tout moyen technique pouvant étayer vos dires peuvent être utilisés (Films, illustrations graphiques, transparents) à condition d'être accrocheurs et brefs !
- Le deuxième temps est celui des questions. Les intervenants sont tenus de répondre à toutes les questions et n'éluder aucune d'elle. Il faut absolument éviter tout commentaire ou appréciation sur les questions posées
- La conférence de presse se terminera par un petit mot de conclusion et non pas avec la dernière question.

- A la fin de la conférence, il est possible de distribuer aux journalistes un dossier presse, des données complémentaires, des photos, des CD etc..
- Après la conférence de presse c'est le moment du " pot traditionnel ". Dans ce climat plus détendu, c'est le moment de prolonger les effets de la conférence de presse en nouant des liens, faisant plus ample connaissance, échangeant les coordonnées...
- C'est aussi le moment d'accorder aux journalistes de la radio et de la télé des entretiens.

Après la définition et les règles à respecter pour réussir sa conférence de presse, les participants ont été partagés en deux groupes. Le premier groupe a eu à animer une conférence de presse. Le texte et le sujet ont été préparés et les orateurs choisis.

La première conférence de presse a été tenue en vue d'informer les journalistes et le grand public de la création d'un centre qui vient en aide aux femmes et aux enfants en détresse. Ce centre compte des juristes qui prodiguent des conseils juridiques aux femmes, une cellule d'écoute et un centre d'hébergement pour les femmes et les enfants en détresse et les mères célibataires qui sont prise en charge avant et après l'accouchement. A la fin de l'exposé, le deuxième groupe qui joué le rôle de journalistes ont posé une série de questions auxquelles les intervenants ont tenté de répondre.

La deuxième conférence de presse a abordé la question des crédits octroyés dans le cadre de l'emploi jeunes par l'ANSEJ. Une association a été crée dans le but de venir en aide aux personnes ayant déposé un dossier de crédit bien ficelé et conforme aux conditions demandés auprès de l'ANSEJ et qui ont essuyé un refus sans que celui-ci ne soit motivé ou expliqué alors que d'autres personnes ont vu leur dossier accepté.

A la fin de ce jeu de rôle, le formateur a évalué les deux conférences de presse, a rectifié certains comportements et a donné des conseils pour le bon déroulement d'une conférence de presse, tels que de choisir la langue qu'on maîtrise le mieux et le bon choix de l'animateur, le lieu ou se tient la conférence doit être accessible, le moment doit être bien choisi, pour l'Algérie, le jeudi est le jour de repos des journalistes donc éviter ce jour et choisir un moment où il n'y a pas un événement plus important, choisir l'heure, avant 17H, l'heure idéale est 11 h, la présentation, idéalement devrait être de 15mn et 30mn pour les questions, il faut donner l'impression de maîtriser son sujet, donner des informations sur le contexte de la conférence ou de l'activité

La dernière partie de la formation a été consacrée à la création d'un réseau.

Un réseau est un groupe d'individus ou d'organisations qui, sur une base volontaire, décident d'agir ensemble dans le but de soutenir une cause, de réaliser des actions communes, de développer des projets d'intérêt commun et d'échanger des informations, des expériences ou des biens tout en gardant leur autonomie

Le réseau permet de collaborer à la réussite d'un projet commun, Il élargit les champs de soutien des causes et des objectifs à réaliser, Il consolide la crédibilité et augmente l'influence des acteurs

Pour réussir un réseau il faut :

- Un intérêt, un problème, ou un défi commun
- Une volonté d'échange et d'entraide partagée par tous les membres
- Une structure souple qui s'adapte aux circonstances et peut prendre des formes différentes sans contrainte pour les membres

On a évoqué deux types de réseaux : réseau sectoriel et Conjoncturel.

Cette journée de formation a permis aux futurs leaders de maîtriser certaines techniques de relations avec les médias qui leur permettront de bien faire connaître leur cause et leur travail.

Cette journée, a aussi permis aux participants de connaître les réseaux et leur intérêt. En effet, un réseau permet d'atteindre des objectifs plus rapidement et d'une manière plus efficace car il réunit un certain nombre d'acteurs qui sont sur tout le territoire national.

A la fin de cette journée, le formateur, Mr Abrous, a demandé aux participants de rédiger un article qui parlerait de la formation. L'article choisi a été publié dans le journal LIBERTE du mercredi 25 novembre 2009.

Les jeunes ont beaucoup apprécié cette journée de formation qui leur a donné certains outils pour communiquer avec les médias et pour atteindre le grand public.

**La deuxième journée**, animée par Mme Nadia Bellal, consultante, a été consacrée au leadership.

Elle s'est ouverte par la présentation de la formatrice et des participants.

La formation a commencé par une question : citez des leaders que vous connaissez ?

Les plus cités : Nelson Mandela, Ma atma Gandhi, Martin Luther King, Bénazir Botou, ..., mais lors de cette énumération, peu de femmes leaders ont été citées du fait qu'il n'y en a pas beaucoup de connues.

Après les réponses, une définition du leadership a été donnée par les participants puis corrigée par la formatrice.

Après avoir défini le leadership, un exercice a été consacré aux caractéristiques de celui-ci. Pour cet exercice les participants ont été partagés en trois groupes et les réponses ont été projetées.

- Le premier groupe a listé des caractéristiques d'un leader qui sont:
- Engagement
- Conviction
- Persévérance
- Motivation
- Bonne éducation
- Confiance en soi / charisme

- Sens de l'innovation et des perspectives
- Courage

Certaines sont innées et d'autres acquises.

Pour le deuxième groupe : C'est la volonté, la conviction, la persévérance, et le parcours personnel et professionnel qui déterminent un véritable leader.

Cependant, cette personne doit avoir un instinct naturel de leader à sa naissance et des prédispositions psychologiques.

Et pour le troisième groupe : L'enfant dès son jeune âge peut avoir des prédispositions de leader, il peut avoir des capacités individuelles qui se développent au fur et à mesure des événements (positifs et/ou négatifs) de la vie.

- L'environnement joue un grand rôle dans le développement des capacités d'un leader :
- Barak Obama réclamait toujours les droits des étudiants, quant il était étudiant.
- Mahatma Gandhi, a guidé son groupe pour la paix
- Nelson Mandela a guidé son peuple pour se révolter contre l'apartheid.

A la fin de cet exercice les trois groupes sont arrivés à la même conclusion à savoir : que certaines capacités d'un leader sont acquises et d'autres innées.

Le deuxième concept abordé lors de cette formation est la différence entre le leader et le manager. Cela a débuté par la définition d'un manager, puis un exercice où les groupes ont utilisé les caractéristiques qu'ils avaient définies lors du deuxième exercice pour trouver la différence entre le leader et le manager.

### **Pour le 1<sup>er</sup> groupe :**

Les fonctions de manager : gère, planifie, a le sens de la communication, c'est un décideur, il contrôle, il est attentif, anticipe, c'est un stratège, il a une bonne formation et connaissance (spécialiste), il a le sens de l'innovation, il est attentif, et il supervise.

Alors que le leader : est militant, Leader décisionnel, programme, engagement, Conviction, persévérance, sens du sacrifice, sens de l'innovation.

### **Pour le 2<sup>ème</sup> groupe :**

Le manager : Coordonne, organise, est limité, Il occupe une fonction, doit obtenir un résultat, se réfère à un règlement et est soumis à une hiérarchie.

- Alors que le leader : défend une cause, s'impose en tant que personne, représente un groupe, est polyvalent et mène un combat

Le leader et le manager ont un rôle différent cependant, il y a quelques similitudes entre les deux : ils dirigent un groupe, donnent des instructions, ont une responsabilité et ont le sens de la communication

### **Pour le 3<sup>ème</sup> groupe :**

Le manager : il obéit à des règles administratives, il est dans un contexte de travail qui le limite, il prend un peu de qualités du leader, il est dans la plupart du temps dans le domaine économique, il gère et il subit des lois qui lui sont imposées, il travaille dans le cadre d'un objectif précis, il commence par une tâche, il n'est pas dans l'obligation de résoudre les problèmes qui sortent de son mandat, c'est le groupe qui le désigne.

Alors que le leader : n'a pas de contraintes administratives, est au dessus du gestionnaire en terme de pouvoir et de capacité, il est dans tous les domaines (religieux, politiques, etc.), il prend de l'initiative, il s'impose, il a le pouvoir absolu, il impose sa vision, sa politique, ses idées ..., il commence par une idée, il peut résoudre une situation de conflit, propose des solutions, il n'est pas désigné par l'ensemble du groupe, mais il s'impose.

La formation peut nous donner un manager et pas forcément un leader.

Puis un diaporama a été diffusé par la formatrice pour donner les différences fondamentales entre le leader et le manager.

Le management est le processus d'atteinte des objectifs à travers les 4 principales fonctions qui sont la planification, l'organisation, la direction et le contrôle. Le leadership C'est aussi le processus qui vise à influencer les autres pour atteindre les objectifs

Après avoir mis en évidence la différence entre le leader et le manager, nous sommes passés au pouvoir d'un leader.

Une question a été posée aux participants : leadership et pouvoir sont souvent associés. Quel est le type de pouvoir d'un/une leader(e) ? Comment le développer ? Pour cet exercice les participants ont été divisés en trois groupes.

### **Pour le premier groupe :**

les pouvoirs qu'exerce un leader : capacité d'exercer une influence sur un groupe donné, pouvoir de compétences, capacité de convaincre, pouvoir de s'imposer et d'imposer, pouvoir discrétionnaire, responsabilité, pouvoir de communication, charisme.

Ces pouvoirs peuvent être développés par

- Le fait d'être à jour (être en relation permanente avec des Think Tank)
- créer une ambiance de confiance entre lui et les gens qui le suivent
- intégrer d'autres groupes

**Pour le deuxième groupe :** le leader exerce une influence sur les autres en : ayant la confiance des autres, en dirigeant et en prenant des décisions.

**Pour le troisième groupe :**

les pouvoirs du leader sont : le pouvoir d'influencer, le pouvoir de guider sur le bon chemin en menant la troupe,

Et ces pouvoirs peuvent être développés :

On développe les pouvoirs, tout en étant crédible et en inspirant la confiance.

Après ces exercices, la formatrice a donné les pouvoirs que possède un leader et qui sont : Le pouvoir de la légitimité, le pouvoir de la récompense, le pouvoir de la compétence et le pouvoir de l'information.

Puis à la fin, nous avons abouti à cette conclusion : Certaines fonctions de managers sont celles de leaders et conviennent avec la définition du management, mais le leader n'est pas forcément un manager et inversement.

Puis cette journée s'est achevée par un jeu de rôle où tous les jeunes ont présenté un projet au groupe et les autres l'ont écouté tout en commentant sa prestation.

**La troisième journée**, animée par Mme Nadia Bellal, a été consacrée à la gestion des cycles de projets. Cette formation a débutée par une introduction à la gestion de projets. Le projet est un ensemble d'actions limitées dans le temps et dans l'espace, insérées dans celui-ci, et en interaction avec un environnement politique, social et économique, en vue d'atteindre des objectifs qui satisfont aux besoins d'un groupe cible, en mobilisant des ressources humaines et des ressources financières, puis un bref aperçu du rôle de la gestion des cycle de projets et du cycle du projet a été présenté.

Un premier exercice a divisé les participants en trois (03) groupes, un texte contenant plusieurs problèmes a été distribué aux trois groupes. A partir de ce texte plusieurs problèmes ont été identifiés tels que les statistiques officielles qui font état de pas moins de 5500 femmes victimes de violences physiques et sexuelles.

« Près de 1600 femmes sont impliquées dans des affaires de criminalité. Parmi cet effectif, a-t-il ajouté, 119 sont des mineures, dont une cinquantaine a moins de 13 ans. Les résultats de l'enquête publiés en 2005 par l'Institut national de santé publique (INSP2), réalisée sur un échantillon de 9033 femmes démontrent que près de 55% des femmes sont violentées au sein de la famille et 5% sont violentées par leurs propres enfants.

Selon les chiffres de l'INSP, plus du tiers des femmes agressées en Algérie sont célibataires.

La moitié des violences déclarées par les femmes mariées ont été commises par le mari.

Autre fait saillant les voisins et connaissances tiennent une place non négligeable dans les violences subies par les femmes : plus du tiers des agressions (31,1%) ».

Après avoir identifié les problèmes, il a été demandé aux participants, à partir des problèmes identifiés de hiérarchiser les problèmes, ce qui permettra de définir la structure du projet, tester sa logique interne et formuler des objectifs en termes mesurables.

Après avoir hiérarchisé les problèmes, les participants ont procédé à la mise en place du cadre logique. Le cadre logique est élaboré sur deux niveaux :

Cadre Vertical : qui contient les objectifs globaux, objectifs spécifiques, résultats attendus et activités.

Et cadre horizontal : Indicateurs objectivement vérifiables, Sources de vérification. Hypothèses et Conditions.

Après la présentation des travaux l'arbre des objectifs a été abordé.

Pour le réaliser, les participants ont été divisés en trois groupes, il leur a été demandé de reprendre l'étude précédente et de dresser l'arbre des objectifs en convertissant les problèmes en objectifs.

Sur la base de l'arbre des objectifs, chaque groupe identifie et justifie (argumente) la ou les stratégies retenues pour la réalisation de leur projet.

Après avoir choisi la stratégie, il a été demandé aux participants de définir une logique d'intervention et d'identifier et recenser les risques et les hypothèses liés au projet, et identifier les indicateurs adéquats concernant l'objectif global, l'objectif spécifique et les résultats, puis de dresser le calendrier des activités, les responsabilités opérationnelles et le plan budgétaire du cadre logique.

Enfin l'évaluation du projet a été analysée

- c'est une vérification du succès du projet.
- Traite de la pertinence, de l'efficacité, de la viabilité du projet en relation avec les objectifs poursuivis.
- Est centrée sur les résultats menant à l'objectif spécifique et aux objectifs globaux.
- Analyse les effets des activités menées par le projet.
- Vérifie la planification du projet.

A fin d'évaluer les projets réalisés tout au long de cette journée de formation, les groupes ont échangé les projets et ont estimé la pertinence, la faisabilité et la viabilité.

**Le quatrième jour**, animé par Mme Borghino, a été consacré au leadership féminin associatif : caractéristiques et actions particulières en relation avec les stéréotypes et les rôles de genre.

En début de journée il y a eu une présentation de la formatrice et des participants.

Cette journée de formation a démarré en reprenant rapidement les notions de « leader » et de « leadership ».

Le leadership a été défini comme étant cette capacité, cette aptitude à orienter autour de sa personne les désirs des autres pour les conduire vers une idée, un objectif, une manière de faire, en leur donnant une voie pratique, dans le cadre d'un projet auquel elles adhèrent.

Puis on s'est attaqué aux types de leaders qui sont : autoritaire, participatif, laisser faire, puis à ses caractéristiques qui sont : capter l'attention de l'entourage, communiquer l'essentiel de la situation, se maîtriser, avoir une perception et une écoute active, responsabilité et prise de décision, motivation et résolution de conflits.

Après cette introduction au leadership, les stéréotypes ont été abordés. Un stéréotype est une représentation simplifiée qu'on se fait d'une situation, visant à attribuer une caractéristique générale et réductrice à toutes les personnes d'un même groupe.

Après cette définition, un exercice pratique sur les stéréotypes a été donné aux participants qui ont été divisés en quatre groupes. Le travail a été fait sur la base d'une liste de stéréotypes et il a consisté en un démentellement de ces stéréotypes. Exemple donné dans cet exercice : les femmes sont maternelles, c'est vrai pour certaines femmes, mais pour d'autres ce n'est pas le cas, certaines abandonnent leurs enfants, et un stéréotype pour les hommes : tous les hommes sont indépendants, c'est faux car certains vivent encore chez leurs parents à 40 ans.

Après cet exercice, on a fait un deuxième exercice qui a consisté en la sélection de certains stéréotypes pour les appliquer au leadership. Il nous a paru à travers cet exercice que les stéréotypes féminins, pour la plus part ne coïncidaient pas avec la définition du leadership, contrairement aux stéréotypes masculins. Et les exercices sur les stéréotypes se sont terminés par un brainstorming sur les modes de diffusion des stéréotypes de genre qui sont donc des croyances socialement construites qui sont véhiculées par :

- les proverbes, les contes
- les jeux et jouets
- les médias, les images,
- l'éducation : ex un homme ou un petit garçon doit... , une femme ou une petite-fille doit.....
- la répartition des fonctions et des rôles dans la famille ou dans l'espace extérieur, etc.

L'après midi a été consacrée à l'analyse de cas sur documents relatifs aux obstacles et freins à une égale participation au leadership associatif,

Un premier document a été distribué aux participants, cet exercice a consisté en la détection des obstacles à une représentation égalitaire aux postes de décision dans les associations.

Les freins les plus cités par les participants sont : la distance géographique, les heures tardives de réunion et le fait que les activités domestiques incombent aux femmes, le manque de formation, l'inégalité homme femme dans l'exercice des mêmes fonctions, soumission de l'accès aux postes de responsabilité à des représentations sociales stéréotypées.....

Après cet exercice d'identification, il a été demandé aux participants de déterminer des actions pour combattre ce manque de représentation et les moyens à engager pour atteindre ce but.

Les actions les plus citées sont :

La formation des femmes pour occuper des postes à responsabilité, aménager les horaires pour les femmes, sensibiliser les hommes sur l'aide ménagère pour laisser à leurs épouses plus de temps à consacrer au travail associatif, et toute action qui pourrait aider les femmes à occuper des fonctions à responsabilité au sein de leur organisation.

## **Conclusion**

Cette formation aura permis à des jeunes sans beaucoup d'expérience à acquérir certaines compétences qui leur permettront d'occuper des fonctions au sein de leur association et qui leur permettra de mieux exécuter leurs tâches.

Cette formation a aussi permis à des jeunes de différentes associations et de différentes régions de tisser des liens et de se rapprocher et de discuter d'éventuels projets qu'ils pourraient faire en commun. Par ailleurs, cela leur a aussi donné l'occasion de connaître le travail des autres et les actions qu'ils entreprennent pour améliorer la situation des femmes et des enfants et cela aura permis à d'autres de profiter de leur expérience sur le terrain.

Ce projet aura aussi permis la création d'un réseau entre les participants. Ce réseau a été créé par une participante et membre du CIDDEF.

Nous avons noté, à travers leurs fiches d'évaluation des jeunes, qu'ils ont beaucoup appris de cette formation et qu'ils voudraient bénéficier d'autres formations similaires ou sur des thèmes qui les aideraient à mieux faire passer leurs messages.