« Nous sommes la solution . » Plus qu'un simple slogan, c'est le terme de la campagne qui vise à doter les associations de femmes rurales des rudiments nécessaires pour améliorer et promouvoir leurs connaissances en matière agricole.

C'est la section ouest-africaine de l'ONG FAHAMU, avec l'appui des acteurs du comité de pilotage stratégique, et le comité d'opérationnalisation et de coordination qui dirigent cette campagne.

Selon le chargé de programme de FAHAMU Famara Diédhiou, cette campagne devrait permettre de déclencher une prise de conscience, afin de booster les actions et d'optimiser les enjeux. Il a laissé entendre que les lignes commencent à bouger au niveau des instances internationales, créant un impact réel sur la faculté contributive de la femme à la sauvegarde de « l'agriculture familiale ».

Mais les femmes ne restent pas en si bon chemin, c'est pourquoi le travail de lobbying et de plaidoyer, a-t-il dit, doit se poursuivre. Il a précisé qu'une stratégie régionale alternative féminine est attendue au cours de cette formation. Les femmes leaders du monde associatif et personnes ressources entendent participer au processus de prise de décision pour s'assurer que leurs préoccupations sont prises en compte.

Selon les organisateurs, la campagne dénommée « Nous sommes la solution » est née suite aux échecs et aux offres drastiques des politiques agricoles qui ont été expérimentées. Au cours de cette formation, plusieurs thématiques seront abordées, notamment le leadership féminin, le plaidoyer, la conscience agro-écologique, etc.

De l'avis des organisateurs, le lancement officiel de la campagne a eu lieu en février 2012 et les enseignements reçus sont déjà édifiants dans cette évaluation à mi-parcours.

Ce qui a permis d'améliorer l'approche et les besoins en formation. Les plans d'action de chaque pays ou de chaque organisation devront tenir compte de l'approche genre en conformité avec les conclusions des stratégies régionales élaborées en marge des formations sur les politiques agricoles et environnementales.

Pour la coordonnatrice de la campagne au Sénégal, Julie Cissé, leur action s'inscrit dans le cadre d'une dynamique nouvelle par la construction d'un leadership féminin capable de peser dans les instances décisionnelles.

Il ne s'agit plus d'être dans l'attentisme, mais d'agir avec efficacité, a-t-elle confié. « Nous allons vers les décideurs pour décider de ce que nous voulons faire et ils nous apportent leurs concours. C'est une expérience qui relève du pragmatisme, qui permet aux femmes d'élaborer des programmes et des plans d'action identifiés en amont, quantifiés et évalués avant de les soumettre aux autorités ou aux bailleurs de fonds, a-t-elle expliqué.

Par P. Bernard Sylvain Korogo