



L'ÉGALITÉ, UN  
ATOUT POUR TOUS !

Stratégie genre  
2010 – 2014

gtz

**Publié par**

Deutsche Gesellschaft für  
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH  
Postfach 5180  
D-65726 Eschborn  
Allemagne  
T +49 6196 79-0  
F +49 6196 79-1115  
E [info@gtz.de](mailto:info@gtz.de)  
I [www.gtz.de](http://www.gtz.de)

**Responsable**

Joachim Prey

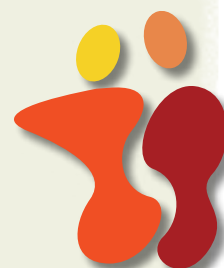
**Interlocutrice**

Katrin Adams  
T +49 6196 79-7268  
F +49 6196 79-807268  
E [katrin.adams@gtz.de](mailto:katrin.adams@gtz.de)  
I [www.gtz.de/gender](http://www.gtz.de/gender)

**Conception et mise en page**

Ira Olaleye, Eschborn

Eschborn, février 2010



# Sommaire

<b>Avant-propos .....</b>	<b>4</b>
<b>I Introduction .....</b>	<b>5</b>
<b>II Cadre stratégique .....</b>	<b>7</b>
1 Volonté politique .....	8
2 Compétences en matière de genre .....	8
3 Culture d'entreprise .....	9
4 Processus .....	9
5 Redevabilité .....	10
6 Parité au sein de l'entreprise .....	10
<b>III Mise en œuvre .....</b>	<b>11</b>
1 Objectifs et indicateurs .....	11
2 Directive stratégique .....	11
3 Responsabilités .....	11
4 Ressources .....	12
5 Suivi .....	12
<b>Annexes .....</b>	<b>13</b>
1 Chaîne des résultats .....	13
<b>Liste des abréviations .....</b>	<b>21</b>

## Avant-propos

Chères et chers collègues,

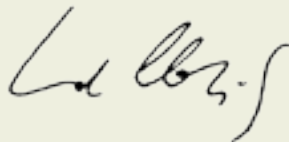
La stratégie genre 2010–2014 est le troisième document de ce type à entrer en vigueur dans toute l'entreprise.

Nous sommes convaincus que l'égalité entre les hommes et les femmes est fondamentale pour la réussite de nos activités de prestataire de services de la coopération internationale au développement. Il importe donc de la prendre en compte tant dans la structure centralisée que dans la structure décentralisée. Nous savons qu'il est indispensable de considérer la société dans son ensemble pour obtenir des résultats durables. De plus, l'égalité femmes-hommes est nécessaire pour instaurer une bonne gouvernance et réaliser équitablement les droits humains, deux aspects qui sont indispensables au développement durable dans les pays partenaires.

À la GTZ, la prise en compte de la dimension du genre ne date pas d'hier. En 2001, nous avons adopté la première stratégie genre. Cette troisième édition s'appuie sur notre acquis en la matière. Pour que l'égalité entre les sexes soit intégrée dans tous les aspects du travail de la GTZ, nous impliquerons la structure décentralisée de manière plus ciblée et nous veillerons à ce que nos cadres de direction intensifient leurs actions en faveur de l'égalité femmes-hommes. La présente stratégie vise à généraliser la prise en compte de la dimension du genre, à élargir notre portefeuille dans le domaine de l'égalité des sexes et à garantir la parité au sein de l'entreprise.

Pour atteindre les objectifs décrits dans la présente stratégie, nous avons besoin de votre soutien et de votre participation. Nous vous invitons, chères et chers collègues, à œuvrer ensemble à la réalisation de ces objectifs et nous nous réjouissons de votre coopération !

Recevez, chères et chers collègues, nos cordiales salutations.



Dr Bernd Eisenblätter

Directeur général



Joachim Prey


Directeur adjoint du département  
Études et développement



## I Introduction

L'égalité des sexes est une des clés du développement durable. Fidèle à ses valeurs, la GTZ mène ses activités en intégrant la dimension du genre et œuvre avec détermination à instaurer l'égalité des chances entre les femmes et les hommes.

Depuis les années quatre-vingt-dix, la GTZ applique sans fléchir une approche tenant compte de la dimension du genre. En adoptant la stratégie genre 2010–2014, nous entendons explorer de nouvelles voies pour parvenir à l'égalité entre les sexes. Cette stratégie comporte trois volets complémentaires : nous voulons d'abord améliorer la prise en compte de la dimension du genre dans nos activités de coopération technique. Ensuite, nous nous efforçons d'élargir notre portefeuille de projets ayant pour objectif principal la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes. Enfin, nous considérons que la réalisation de la parité au sein de l'entreprise est une partie intégrante de la stratégie genre.



La stratégie genre 2010–2014 est novatrice en ce sens qu'elle renonce aux dispositions détaillées pour définir à la place une directive stratégique appliquée par les différentes unités d'organisation (UO). Autre nouveauté : une combinaison de mécanismes reposant à la fois sur l'incitation et la redevabilité ; celle-ci encourage le personnel à se pencher sur les questions relatives à l'égalité des sexes. Et enfin dernière nouveauté : nous renforcerons de manière ciblée les synergies entre l'intégration du genre aux actions de la coopération technique allemande et la parité au sein de l'entreprise. L'interaction entre ces approches augmentera les facultés d'innovation en matière de genre ainsi que les capacités de performance de notre personnel.

Au cours de la période d'application de la présente stratégie, nous souhaitons voir les projets de la GTZ réussir à produire des effets positifs sur la promotion de l'égalité des sexes (résultat direct de la stratégie). Cette volonté correspond à notre intention de mettre en avant des approches innovantes afin de bien positionner la GTZ au niveau international. La présente stratégie, qui s'adresse en premier lieu au personnel de la GTZ, servira aussi de base d'information et d'orientation à nos clients et commettants ainsi qu'à nos partenaires.

Les résultats de notre travail peuvent s'améliorer dans tous les secteurs si nous adaptons nos méthodes en fonction des groupes cibles. Le développement sera durable lorsque les femmes et les hommes pourront participer de façon égale aux évolutions politiques, économiques, sociales et culturelles et exploiter leur potentiel au maximum. Il est important de ne pas perdre de vue les hommes, à la fois en tant que groupe cible et en tant qu'acteurs.

En effet, il n'est pas possible de changer des stéréotypes enracinés depuis des générations par la seule action de femmes travaillant avec d'autres femmes. La promotion de l'égalité entre les sexes n'équivaut pas automatiquement à promouvoir la condition féminine, même s'il s'agit là, bien souvent, d'un élément majeur, notamment dans les pays en développement.

La pertinence de l'égalité des sexes pour l'accroissement de la durabilité et de l'efficacité des actions de développement se reflète aussi au niveau du débat politique à cet égard. Il existe un grand nombre d'engagements internationaux et nationaux que la GTZ et ses partenaires sont tenus de respecter.<sup>i</sup> À ce propos, il convient de mentionner particulièrement les principaux pactes relatifs aux droits humains, parmi lesquels figure la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes.<sup>ii</sup> En effet, les droits de la femme sont partie intégrante des droits humains. On ne saurait omettre de mentionner également la Déclaration du millénaire et les Objectifs du millénaire pour le développement (OMD).<sup>iii</sup> Il apparaît clairement que les OMD ne peuvent être atteints sans parvenir à l'égalité entre les femmes et les hommes. Au niveau allemand, la Stratégie du BMZ concernant l'égalité entre les sexes<sup>iv</sup> ainsi que le Plan d'action pour l'égalité entre les femmes et les hommes dans la politique de développement 2009–2012 constituent notre cadre de référence.<sup>v</sup> À l'instar de la République fédérale d'Allemagne, de nombreux autres donateurs, tels que la Banque mondiale, l'Union européenne et le DFID déploient leurs propres stratégies et plans d'action pour encourager la prise en compte généralisée de la dimension du genre.<sup>vi</sup>

i Se référer entre autres aux documents suivants :

- Déclaration de Doha sur le financement du développement :

[www.undemocracy.com/A-63-L.57.pdf](http://www.undemocracy.com/A-63-L.57.pdf)

- Programme d'action d'Accra :

[www.undp.org/mdtf/docs/Accra-Agenda-for-Action.pdf](http://www.undp.org/mdtf/docs/Accra-Agenda-for-Action.pdf)

ii [www.un.org/womenwatch/daw/cedaw](http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw)

iii <http://www.un.org/fr/millenniumgoals/>

iv Stratégies du BMZ 111, Stratégie pour une participation équilibrée des femmes et des hommes au processus de développement :

<http://www.bmz.de/de/themen/menschen-rechte/frauenrechte/index.html>  
(en cours d'élaboration)

v Stratégies du BMZ 173, Plan d'action pour l'égalité entre les femmes et les hommes dans la politique de développement 2009–2012

vi - L'égalité des sexes, un atout économique : Un plan d'action du Groupe de la Banque mondiale (2007–2010) : [siteresources.worldbank.org/INTGENDER/Resources/GAPReportFr.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTGENDER/Resources/GAPReportFr.pdf)

- DFID Gender Equality Plan for Action 2007–2009 :

<http://www.dfid.gov.uk/Documents/diversity/gender-equality-plan-2007.pdf>

## II Cadre stratégique

La stratégie genre 2010–2014 de la GTZ replace ce sujet dans un contexte qui permet d'obtenir des résultats plus substantiels. Pour promouvoir efficacement l'égalité entre les hommes et les femmes, il convient de réunir six éléments stratégiques complémentaires :

- 1 **Volonté politique** Manière dont les cadres de direction expriment et manifestent leur soutien à la question de l'égalité hommes-femmes.
- 2 **Compétences en matière de genre** Connaissances du personnel en ce qui concerne les inégalités entre les sexes et les approches pratiques permettant de les surmonter.
- 3 **Culture d'entreprise** Ensemble des habitudes et codes de comportement qui favorisent l'égalité des sexes.
- 4 **Processus** Organisation de la gestion des contrats et de la coopération tenant compte de la dimension du genre.
- 5 **Redevabilité** Ensemble des mécanismes affirmant le caractère obligatoire de la stratégie genre.
- 6 **Parité au sein de l'entreprise** Synonyme d'équilibre de la composition du personnel.

Ces six éléments constituent l'épine dorsale de la stratégie genre 2010–2014. Ils s'appliquent tant à la structure centralisée qu'à la structure décentralisée. Cette dernière joue un rôle essentiel dans la réalisation d'une participation équilibrée aux processus de développement. En même temps, on ne saurait sous-estimer le soutien que le siège peut apporter aux collègues actives/actifs dans les pays partenaires. Le département Études et développement (É&D) fournit un soutien d'ordre conceptuel tandis que les départements régionaux, le bureau Commettants publics allemands et le département International Services (IS) apportent un soutien en matière d'expertise régionale et d'échanges. Les procédures du siège et de la structure décentralisée ainsi que celles des unités d'organisation s'interpénètrent pour former un cycle. Le cadre de ce cycle est défini par la présente stratégie. Les unités d'organisation responsables sont chargées de le mettre en œuvre de manière autonome en respectant les marges d'action fixées par leurs clients et commettants.

Les six éléments stratégiques se concrétisent de la manière suivante :

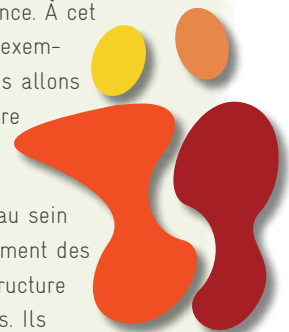
## 1 Volonté politique

À la GTZ, l'égalité des sexes est un thème relevant du management ! Les cadres de direction doivent donner l'exemple aux collaboratrices et aux collaborateurs en faisant de l'égalité femmes-hommes un thème clé de la coopération internationale pour le développement, aussi bien en interne que vers l'extérieur. A cet égard, le comité de direction (OFK) doit donner un signal clair. Il jouera désormais un rôle plus important dans le pilotage et la mise en œuvre de la stratégie genre. Un membre du comité de direction va ainsi intégrer le comité de pilotage genre et le sujet figurera une fois par an à l'ordre du jour de cet organe de direction au plus haut niveau. Par ailleurs, l'entreprise fournira un budget annuel suffisamment important pour permettre de mener des activités à l'échelle de l'établissement. En outre, le comité de direction mettra à contribution les cadres dirigeants, ces derniers étant responsables de la réussite de la mise en œuvre de la stratégie genre. Au niveau des programmes et des projets, les responsables du contrat et de la coopération sont en première ligne. Les directrices/directeurs résident(e)s de la GTZ doivent veiller à ce que l'égalité des sexes soit priorisée au niveau des pays, à ce que les responsables genre soient impliqué(e)s dans les processus importants et à ce qu'elles/ils reçoivent les ressources financières et temporelles nécessaires pour accomplir leur mission comme il se doit. Les directrices/directeurs résident(e)s de la GTZ sont également responsables de l'assurance qualité.

## 2 Compétences en matière de genre

En matière de promotion de l'équité, le savoir-faire est un facteur décisif, car il nous permet d'apporter dans ce domaine une contribution concrète en collaboration avec nos partenaires. Pour améliorer les capacités de la GTZ, la stratégie genre se concentre, dans un premier temps, sur une gestion efficace des connaissances. Il est vital que le personnel puisse accéder rapidement aux informations nécessaires pour accomplir sa tâche de manière créative et innovante. Le réseau de connaissances sur les questions de genre est une plate-forme Intranet qui évolue en permanence. Elle est conçue pour faciliter la recherche d'informations sur des sujets pertinents et sur l'apprentissage par l'expérience. À cet égard, la présente stratégie accorde une grande importance à la valorisation d'exemples tirés de la pratique. Avec le soutien de la communication d'entreprise, nous allons donc diffuser de manière plus ciblée les vastes connaissances résultant de notre expérience, aussi bien en interne que vers l'extérieur.

En outre, le département É&D, qui élargit sans cesse ses capacités de conseil au sein des différents secteurs, est appelé à jouer un rôle important dans le développement des compétences en matière de genre. Les responsables genre du siège et de la structure décentralisée contribuent eux-aussi fortement au renforcement de nos capacités. Ils sensibilisent le personnel à ce thème, fournissent une assistance-conseil et transmettent leur expertise. Dans la mesure où cela est nécessaire, le personnel reçoit en outre la possibilité d'approfondir ses compétences en suivant des formations. Enfin, nous allons continuer d'étendre le portefeuille de projets qui visent principalement à promouvoir l'égalité des sexes (GG2). Ces projets phares mettent en valeur les approches ayant fait leurs preuves et irradiant sur l'ensemble du portefeuille.





### 3 Culture d'entreprise

L'égalité, un atout pour tous ! C'est le message de la stratégie que nous appliquons aussi bien en interne que vers l'extérieur, conformément à nos valeurs. Cette démarche améliore la qualité de nos projets et l'expérience a montré que les équipes mixtes obtiennent de meilleurs résultats. De plus, à l'avenir, l'engagement en faveur de l'égalité hommes-femmes sera mieux récompensé. Tous les deux ans, un « concours genre » va être organisé au niveau de l'entreprise. Des récompenses seront attribuées pour les approches particulièrement efficaces en matière de promotion de l'égalité des sexes. En outre, tous les ans, au moment de la Journée internationale de la femme, une « semaine du genre » accompagnée de diverses manifestations va être organisée au siège et, le cas échéant, au niveau des pays. Cette dernière offrira au personnel de la GTZ une vitrine supplémentaire pour faire connaître son action et communiquer sur les thèmes en rapport avec le genre. La parité s'avère également profitable en ce sens que l'engagement en faveur de ce thème, qui se traduit par l'augmentation du nombre de projets GG2, peut être combiné plus facilement avec une carrière professionnelle. Au niveau des départements, des divisions et des pays, il incombe aux responsables concernés de prendre les mesures requises pour faire évoluer la culture d'entreprise. À cette fin, ils peuvent organiser des manifestations, rendre hommage à des initiatives, fixer des objectifs annuels, que ce soit pour les unités d'organisation ou pour le personnel lors des entretiens individuels.

### 4 Processus

Pour que la prise en compte de la dimension du genre porte ses fruits à la GTZ, il est absolument indispensable d'intégrer les aspects de genre aux principaux processus. La gestion des contrats et de la coopération en fait partie, avec toutes les procédures allant de la préparation à l'achèvement d'une action de développement. À l'avenir, on veillera particulièrement à ce qu'une analyse de genre soit effectuée lors des examens de projet. En effet, une telle analyse, effectuée dès le stade de la planification, permet d'évaluer dans quelle mesure le projet/programme peut contribuer à l'égalité des chances. Sur cette base, dans le cadre de l'approbation de la conception des offres, on examine régulièrement si la dimension du genre est intégrée de manière appropriée, si le marqueur GG et les indicateurs qui en découlent ont été attribués correctement. Si une mesure se trouve au stade de l'exécution, il convient de veiller à ce que ses effets sur la parité soient pris en compte dans le suivi des résultats, examinés lors des évaluations et décrits dans la procédure d'information y afférent. Pour que ces processus aboutissent, il faut passer par différentes étapes de traitement : intégration au cours sur la gestion des contrats et de la coopération et au sein des guides importants, prise en compte effective par toutes les parties prenantes durant les différentes étapes de traitement d'un contrat et suivi assuré par les responsables du contrat et de la coopération et par les autres cadres de direction.

## 5 Redevabilité

Il ne s'agit pas seulement d'une question de volonté ! En matière de promotion de l'égalité entre les sexes, l'expérience nous a montré que nous ne pouvons pas nous reposer uniquement sur l'engagement et les convictions du personnel. L'attention des collaboratrices et collaborateurs est partagée entre une multitude de thèmes les plus divers. Pour obtenir les résultats désirés en matière d'égalité des sexes, il faut accentuer le caractère contraignant des mesures en accordant une attention accrue à la reddition de comptes. Un rôle important revient aux responsables du contrat et de la coopération. Comme décrit au point 4, ils sont tenus de surveiller les effets sur la parité et de fournir des indications concluantes à ce sujet dans le cadre de la procédure d'information. En outre, le comité de direction a décidé qu'il convenait, pour améliorer le traitement qualitatif de la dimension du genre, de réagir aux résultats d'évaluations internes et externes au moyen de mécanismes de suivi des réclamations et recommandations (par exemple *Management response system*). Cette décision vise à démontrer que l'engagement pour l'égalité des sexes ne repose pas sur le volontariat. En outre, les directrices/directeurs de département, de division et de bureau rattaché à la DG exigent la reddition de comptes sur la mise en œuvre de la stratégie.<sup>vii</sup>

## 6 Parité au sein de l'entreprise

Les collaboratrices et collaborateurs sont les premiers concernés ! La parité au sein de l'entreprise constitue une autre dimension de l'égalité des chances à la GTZ. Une proportion équilibrée d'hommes et de femmes au niveau des cadres techniques et de direction est nécessaire pour mener une action sensible au genre et assurer notre crédibilité dans le domaine de l'assistance-conseil en matière de genre. Depuis 1991, l'égalité entre les hommes et les femmes est un des objectifs de la politique menée au sein de l'entreprise. Il figure notamment dans la convention d'entreprise sur la parité. À long terme, l'entreprise aspire à atteindre une proportion de femmes de 50 % dans tous les domaines où ces dernières sont sous-représentées. Le plan de parité, dont la deuxième version est en vigueur, constitue un instrument important en vue de la réalisation de cet objectif d'entreprise. Les mesures principales sont celles qui visent à augmenter le nombre de femmes occupant des postes de direction en Allemagne et dans les autres pays.

La présente stratégie vise à rapprocher davantage la prise en compte de la dimension du genre dans les projets de la coopération technique et la parité au sein de l'entreprise, notamment pour faire ressortir leur importance dans l'orientation stratégique de la GTZ. Des réunions entre la/le responsable genre de l'entreprise et la/le délégué(e) à la parité vont permettre de cerner les points d'amorce possibles. Afin de renforcer ces synergies, la/le délégué(e) à la parité participe régulièrement aux réunions du comité de pilotage genre.

vii [Voir la partie III 5 intitulée « Suivi »](#)

## III Mise en œuvre

### 1 Objectifs et indicateurs

Les résultats de la stratégie genre ont été définis et associés à des indicateurs :

#### Résultat indirect

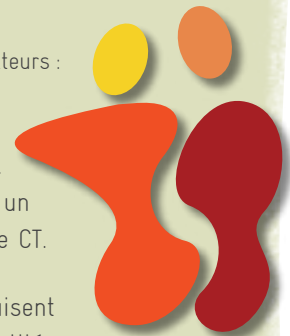
Femmes et hommes bénéficient à égalité de l'action de la CT pour le développement. Femmes et hommes peuvent participer sur un pied d'égalité à la conception de l'action de CT.

#### Résultat direct

Les programmes et projets de la GTZ produisent des effets positifs sur la promotion de l'égalité entre les sexes.

#### Indicateur

80 % des objectifs de genre fixés par les projets/programmes sont atteints (suivi assuré par les responsables du contrat et de la coopération et par la direction ; source : évaluation en 2014).



### 2 Directive stratégique

Les missions principales des différentes UO chargées de la mise en œuvre de la présente stratégie sont définies dans la directive stratégique. Il convient de souligner qu'il s'agit uniquement de missions générales. À partir de là, les départements, divisions et bureaux rattachés à la DG sont tenus de donner corps à la directive sur la base des six éléments du cadre stratégique, de l'opérationnaliser (par exemple via les objectifs annuels) et de l'appliquer dans la planification de leurs propres activités.

### 3 Responsabilités

La stratégie genre est obligatoire pour l'ensemble du personnel de la GTZ en ce qui concerne la parité. Jusqu'à présent, la promotion de l'égalité entre les sexes dans les projets s'orientait avant tout sur les contrats du BMZ. Dans l'esprit de la coopération entre les segments d'activité, il convient d'encourager activement les synergies avec les bureaux « CIM » (Centre pour la migration et le développement international) et « Commettants publics allemands » ainsi qu'avec le département International Services (IS). L'objectif est d'améliorer les prestations dans tous les segments d'activité, en tenant compte de l'impératif d'équité afin de gagner en compétitivité.

Les personnes responsables de la mise en œuvre de la stratégie genre sont les cadres de direction, notamment les directrices/directeurs de départements, de divisions et de bureaux rattachés à la DG ainsi que les directrices/directeurs résident(e)s de la GTZ. La réalisation concrète repose sur les épaules de nombreuses personnes. Dans ce registre, les responsables du contrat et de la coopération et leurs collaboratrices et collaborateurs expatrié(e)s et nationaux jouent un rôle important. Ils sont soutenus par les responsables genre de la structure décentralisée et du siège.

Au niveau des pays, les responsables genre sont nommé(e)s par les directrices/directeurs résident(e)s de la GTZ ; ceux du siège le sont par les directrices/directeurs des départements, des divisions et des bureaux rattachés à la DG.

De concert avec un membre du comité de direction, les responsables genre constituent le comité de pilotage genre. Ils disposent ainsi d'un interlocuteur approprié pour discuter des questions relatives à la politique de l'entreprise. Les responsables genre de la structure décentralisée sont intégré(e)s par l'intermédiaire des départements qui transmettent leurs demandes et assurent une communication fluide. Le comité de pilotage genre se réunit régulièrement. Il constitue l'instance accompagnant la mise en œuvre de la stratégie sur le plan technique et conceptuel à l'échelle de l'entreprise.

#### 4 Ressources

La qualité a un prix ! Pour mettre en œuvre la stratégie genre de manière efficace, il faut disposer des ressources nécessaires. À cet égard, les unités d'organisation compétentes sont tenues de fournir aux responsables genre les moyens leur permettant d'accomplir leur mission comme il se doit. En outre, les structures centralisées et décentralisées doivent recevoir les ressources financières requises pour organiser des formations continues et des réunions de réseaux ainsi que pour assurer la participation à ces dernières.

La GTZ met à disposition un budget annuel suffisant pour l'exécution des mesures prévues par la stratégie genre à l'échelle de l'entreprise. Ce budget permet de couvrir, par exemple, les coûts occasionnés par le concours et la « semaine du genre ».

#### 5 Suivi

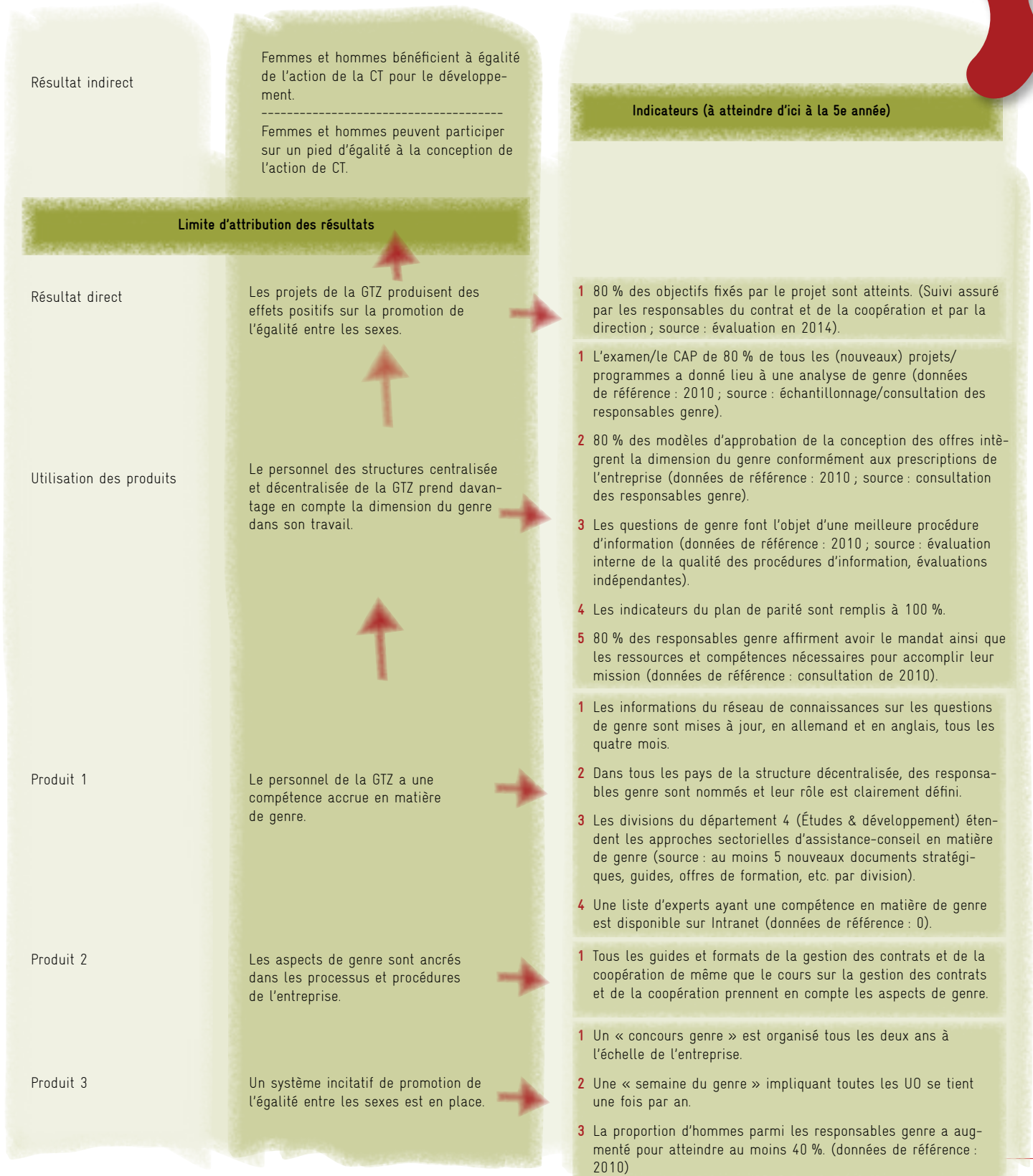
Les directrices/directeurs de département, de division et de bureau rattaché à la DG sont responsables du suivi de la mise en œuvre de la présente stratégie au sein de leur UO. Le suivi s'effectue dans le cadre des structures de management et des processus opératoires des UO concernées ; ces dernières opérationnalisent et appliquent la directive de manière autonome pour contribuer à la réalisation des indicateurs de la stratégie genre et de ses objectifs.

Il incombe à la/au responsable genre de l'entreprise de procéder au regroupement des résultats à l'échelle de cette dernière et d'assurer le suivi du budget mis à disposition. Dans cette tâche, elle/il est soutenu(e) par les autres responsables genre. Le degré d'application de la présente stratégie est examiné annuellement. Sur cette base, en collaboration avec le comité de pilotage genre, la/le responsable genre de l'entreprise établit annuellement un rapport sur les enseignements de la mise en œuvre ainsi que les besoins subsistants. Le suivi du plan de parité et la procédure d'information sont assurés par le département 6 avec la participation de la/du délégué(e) à la parité.



# Annex

## 1 Chaîne des résultats



## Liste des abréviations

<b>BMZ</b>	ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement ( <i>Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung</i> )
<b>cons. É&amp;D</b>	conseiller « Études et développement »
<b>CIM</b>	Centre pour la migration et le développement international ( <i>Centrum für internationale Migration und Entwicklung</i> )
<b>CS</b>	chef de section
<b>CT</b>	coopération technique
<b>DFID</b>	<i>Department for International Development</i> (Royaume-Uni)
<b>Dir. dép.</b>	directrice/directeur de département
<b>É&amp;D</b>	département Études et développement
<b>GG</b>	égalité des sexes ( <i>Gleichberechtigung der Geschlechter</i> )
<b>GG1</b>	l'égalité des sexes est un objectif secondaire du projet/programme
<b>GG2</b>	l'égalité des sexes est l'objectif principal du projet/programme
<b>IS</b>	International Services
<b>OMD</b>	Objectifs du millénaire pour le développement
<b>RCC</b>	responsable du contrat et de la coopération
<b>UO</b>	unité d'organisation



Deutsche Gesellschaft für  
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

– Cooperación técnica alemana –

Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5  
65760 Eschborn  
Deutschland  
T +49 61 96 79-0  
F +49 61 96 79-11 15  
E [info@gtz.de](mailto:info@gtz.de)  
I [www.gtz.de](http://www.gtz.de)