



OXFAM

France

CAMPAGNE FUTURS FÉMINISTES 2025

Consultation commerciale pour le développement d'une stratégie et d'un dispositif global de campagne de sensibilisation et de mobilisation sur les droits des femmes dans le monde de mars à l'été 2025

Date de publication : 27/08/2024

Réponse souhaitée : 20/09/2024

Appel d'offres n° :

A0-0FR-C00-2024-003

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|----|
| PARTIE 1 : Brief aux agences sur la campagne 2025 | 2 |
| Oxfam France et la lutte contre les inégalités de genre..... | 2 |
| Etat des lieux des inégalités femmes-hommes et plan d'action..... | 3 |
| La campagne Futurs Féministes | 4 |
| Objet de l'appel d'offre sur la campagne 2025 Futurs Féministes | 5 |
| PARTIE 2 : Instructions aux soumissionnaires | 7 |
| Calendrier | 7 |
| Modalités de remise des offres | 7 |
| Interlocuteurs et clarifications..... | 7 |
| Période de validité | 8 |
| Devise..... | 8 |
| Procédure de la consultation commerciale..... | 8 |
| Coûts de préparation et Propriété des offres..... | 8 |
| Critères de sélection | 8 |
| Annulation de la consultation commerciale | 8 |
| ANNEXE 1 : Etudes croisées de l'opinion réalisée par Oxfam France | 10 |
| Enseignements principaux par Oxfam France..... | 10 |
| Données brutes | 12 |
| ANNEXE 2 : Données statistiques utilisées par Oxfam..... | 18 |
| ANNEXE 3 : Bibliographie et vidéothèques antérieures d'Oxfam France..... | 20 |
| ANNEXE 4 : Les demandes plaidoyer d'Oxfam France en matière d'égalité | 21 |
| ANNEXE 5 : Déclaration d'intégrité, d'éligibilité et d'engagement environnemental et social | 22 |

PARTIE 1 : BRIEF AUX AGENCES SUR LA CAMPAGNE 2025

Oxfam France et la lutte contre les inégalités de genre

Présentation d'Oxfam France. Oxfam France est membre de la confédération Oxfam, une organisation internationale de développement qui mobilise le pouvoir citoyen contre la pauvreté. Nous travaillons dans plus de 85 pays afin de trouver des solutions durables pour mettre fin aux injustices qui engendrent la pauvreté. En France, la sensibilisation du grand public, la mobilisation militante et le plaidoyer citoyen sont nos principaux modes d'action et notre plus-value dans l'écosystème des ONG. Notre théorie du changement : Informer, sensibiliser et mobiliser les citoyens permet d'augmenter la pression sur les responsables politiques et économiques, participe à la prise de conscience collective et permet des changements sociétaux profonds et durables.

Oxfam France c'est :

- Une force de frappe de communication sur les réseaux sociaux et les médias.
- Une expertise d'influence des décideurs politiques et économiques, avec la production d'analyses et de recommandations politiques.
- Une organisation de mobilisation citoyenne avec un peu plus de 500 bénévoles (répartis dans 14 groupes locaux), 6 magasins solidaires de seconde main, des événements sportifs et solidaires chaque année, la tenue de stands dans les principaux festivals de France.

L'action d'Oxfam France en faveur de l'égalité de genre. Oxfam France est une organisation féministe qui se bat pour éradiquer les inégalités entre les femmes et les hommes en France et dans le monde, et plus globalement pour la justice de genre dans le cadre d'une approche intersectionnelle. Ainsi, Oxfam France produit des rapports pointant les injustices que subissent les femmes et les minorités de genre et proposent des solutions politiques concrètes à mettre en œuvre. Ces solutions sont ensuite portées dans notre travail de plaidoyer principalement auprès du gouvernement, des entreprises et des collectivités locales. Mais puisque notre force est celui du nombre, nous mobilisons les citoyennes et citoyens engagées pour l'égalité de genre à nos côtés afin de défendre, ensemble, une société égalitaire.

Nous avons ainsi évalué le premier quinquennat d'Emmanuel Macron en matière de droits des femmes ou bien l'action des collectivités locales quant à l'égalité de genre. Aussi, en tant qu'organisation internationale, nous nous intéressons aux inégalités de genre partout dans le monde et au rôle que joue la France pour les combattre. Nous défendons ainsi une diplomatie féministe au sein de la politique de solidarité internationale de la France en militant pour des financements supplémentaires attribués aux organisations féministes des Suds, l'objet du [fonds féministe en action](#) auquel nous avons participé par exemple.

Rapport d'Oxfam France de référence :

- « [Rapport grande cause, petit bilan](#) », mars 2022.
- « [Territoires féministes !](#) », mars 2023.
- « [Agriculture : les inégalités sont dans le pré](#) », Février 2023.
- « [Europe Féministe ?](#) », mars 2024.

Etat des lieux des inégalités femmes-hommes et plan d'action

Les inégalités femmes-hommes dans le monde persistent. Les inégalités entre les femmes et les hommes sont les inégalités les plus universelles et les plus structurantes de nos sociétés. Partout dans le monde, les femmes gagnent et possèdent moins que les hommes, sont plus exposées aux violences sexistes et sexuelles, assurent une part disproportionnée des tâches domestiques, ne disposent pas pleinement de leur corps et de leur sexualité et sont sous-représentées dans les sphères de pouvoir. Les femmes sont pénalisées par les normes patriarcales et sexistes qui perpétuent les inégalités. Malgré des avancées notables depuis plusieurs décennies et les mobilisations des féministes, le compte n'y est pas. Les Nations Unies ont calculé qu'à ce rythme-là, il faudrait attendre encore 300 ans pour connaître un monde égalitaire. En 2015, la communauté internationale a adopté une feuille de route mondiale, les objectifs de développement durable (ODD), visant à lutter contre les inégalités et la pauvreté d'ici 2030. L'ODD 5 est dédié spécifiquement à l'égalité de genre. Les Nations Unies ont déjà alerté qu'il était l'un des ODD le moins bien avancé. Aucun pays n'a atteint l'égalité. La France n'est pas en reste. Malgré une priorité affichée, la réduction des inégalités stagne et les violences sexistes et sexuelles persistent.

Les femmes sont toujours les premières victimes des différentes crises. Les femmes étant majoritairement moins bien rémunérées, peu intégrées dans les sphères de pouvoir, en charge du foyer ou encore discriminées sont toujours davantage vulnérables aux crises climatiques, sociales et politiques. Ainsi, dans un monde qui se réchauffe, où les inégalités explosent et avec une démocratie qui vacille dans de nombreux pays : nous pouvons craindre de nouveaux reculs pour les droits des femmes.

La montée en puissance de l'extrême droite et des mouvements anti-genre. Les progrès en matière de droits des femmes stagnent de manière générale, et sont même de plus en plus menacés et fragilisés par la montée de forces réactionnaires et d'extrême droite, fondamentalement antiféministes et anti-genre. Dans toutes les régions du monde on observe une montée des puissances conservatrices hostiles à l'avancée des droits des femmes et des personnes LGBTQIA+. Ces mouvements s'opposent à l'émancipation des femmes et défendent la perpétuation des normes patriarcales. Cette tendance s'observe également en Europe et en France, alors que désormais les femmes votent autant pour l'extrême droite que les hommes, malgré l'agenda anti féministe de ce courant idéologique.

Des réponses politiques trop faibles. La réduction des inégalités entre les femmes et les hommes stagne faute de réponses politiques ambitieuses. A l'échelle internationale, les conventions et les sommets se succèdent avec des effets limités. Les Nations Unies ont calculé qu'il faudrait un plan d'au moins 360 milliards de dollars par an pour atteindre les objectifs d'égalité de genre. Au-delà des grands discours, on observe trop peu de mesures politiques ambitieuses à l'échelle des pays. C'est le cas de la France, où l'égalité femmes-hommes a été érigé en « grande cause du quinquennat » dès 2017 par le Président Emmanuel Macron. Néanmoins, le bilan de cette grande cause est très insuffisant (cf. Rapport [Grande cause, Petit bilan](#) Oxfam 2022).

Le contexte politique français a été bouleversé suite à la dissolution de l'Assemblée Nationale par le Président Emmanuel Macron et aux élections législatives anticipées de l'été 2024 (non prévu au moment de la rédaction de la campagne). Sans majorité claire à l'Assemblée et avec un risque de nouvelle dissolution, le contexte politique risque d'être particulièrement instable. Néanmoins,

dans cette période d'incertitude mais de potentiel renouveau, nous souhaitons pousser de nouveaux engagements en faveur des droits des femmes et de l'égalité de genre. Nous voulons éviter que l'agenda des droits des femmes, déjà en retard, ne soit une victime collatérale de la situation politique française, et par ailleurs cranter des engagements à l'horizon de futurs échéances électorales et politiques (nouveaux gouvernements à répétition, deuxième dissolution, élections municipales, élections présidentielle de 2027). De plus, nous avons conçu cette campagne comme un levier de plaidoyer qui ne se concentre pas qu'uniquement sur l'Etat mais aussi sur les collectivités locales et le secteur privé (les entreprises et les fondations philanthropiques). Les collectivités locales ainsi que le secteur privé ont également un pouvoir considérable pour faire avancer les droits des femmes. Concernant les collectivités locales nous avons entamé ce travail en 2023 avec le rapport « Territoires Féministes » et un appel d'élu-e-s locaux et locales en faveur de l'accélération des efforts en matière de droit des femmes. Concernant le secteur privé, ce plaidoyer sera plus neuf pour Oxfam France et étoffé pendant les 3 ans de campagne afin de générer de l'engagement de ce secteur pour qu'il prenne des mesures en faveur de l'égalité et qu'il augmente les financements disponibles du secteur philanthropique. La campagne 2025 vise à mettre en lumière le besoin d'une mobilisation générale en faveur de la lutte pour les droits des femmes.

Etat de l'opinion sur le sujet. Les enquêtes d'opinion étudiée par Oxfam France (annexe 1) démontrent que l'opinion publique française est consciente des inégalités entre les femmes et les hommes, avec une majorité de l'opinion pensant que celles-ci stagnent (versus progressent ou régressent). Les Français·es pensent que c'est un sujet important. Néanmoins, l'égalité femmes-hommes ne figure pas parmi le top 10 des priorités dans les enquêtes en amont des différentes élections. Pour résumer, le sujet est connu/ compris mais n'est pas au rang des priorités, ce qui n'oblige pas les décideur·euse·s à prendre les mesures ambitieuses mais nécessaires pour réduire les inégalités de genre.

La campagne Futurs Féministes

La campagne Futurs Féministes d'Oxfam France. Fort de ce constat, Oxfam France, ONG de lutte contre les inégalités en France et dans le monde, a décidé de renforcer sa « campagne-cadre » sur l'égalité de genre. Nous développons une campagne de trois ans jusqu'en 2027, intitulée « Futurs Féministes », financée notamment via l'Agence française de développement (AFD). Avec cette campagne nous voulons augmenter la pression citoyenne pour forcer les décideurs à agir et accélérer les efforts en matière d'égalité de genre. L'objectif principal de ce projet est que la France augmente sa contribution à la réduction des inégalités femmes-hommes en France et dans le monde, c'est-à-dire en prenant à la fois des mesures fortes à l'échelle nationale, mais également internationale via sa politique de développement et plus globalement son action diplomatique. Nous pensons qu'avec une opinion publique davantage mobilisée et sensibilisée à la persistance des inégalités de genre et aux solutions nécessaires, les décideurs devront agir.

Pour atteindre cet objectif nous avons trois grands piliers dans la projet à 3 ans Futurs Féministes :

- **Sensibiliser l'opinion publique** sur la persistance des inégalités de genre et sur les solutions nécessaires pour les combattre.
- **Mobiliser une audience engagée pour les droits des femmes** afin de renforcer la pression citoyenne sur les décideurs.

- **Influencer les décideur·euse·s français·es** (gouvernement, parlement, collectivités locales, entreprises et fondations) pour qu'ils prennent des engagements concrets et ambitieux.

Nos demandes politiques :

A ce stade, nous pousserions pour **une demande de plan d'urgence pour l'égalité** articulé autour de 5 grands axes (demandes politiques développées en annexe 4) :

- Mettre fin aux inégalités de genre dans le monde du travail.
- Mieux répartir le travail domestique non rémunéré entre les femmes et les hommes.
- Financer les droits des femmes dans le monde notamment via le soutien aux organisations féministes des pays du Sud.
- Lutter contre les violences faites aux femmes.
- Adopter une approche féministe des politiques publiques.

Ces demandes politiques seront développées dans une production écrite par Oxfam France et publiée au moment du lancement de la campagne. A noter que nous ne voulons pas que le détail des demandes politiques soit le cœur de la campagne de communication, mais plus comme un atterrissage du narratif de sensibilisation autour d'un message topline de plan d'urgence pour atteindre l'égalité.

Objet de l'appel d'offre sur la campagne 2025 Futurs Féministes

Pourquoi la campagne de 2025 / ce que nous voulons :

- La séquence de campagne de 2025 est conçue comme le moment fort du projet à 3 ans de Futurs Féministes.
- A l'origine, le choix de 2025 correspondait au 5 ans avant l'échéance des ODD, soit 5 ans pour atteindre l'ODD5.
- Nous voulons une campagne impactante avec un lancement en mars 2025 en amont de la journée internationale des droits des femmes. Cette campagne se poursuivra dans les mois qui suivent notamment pendant l'été (notamment avec notre présence lors des festivals de l'été), et atterrira fin septembre (discussions budgétaires et Assemblée générale des Nations Unies). Si des élections législatives devaient avoir lieu à l'été 2025, cette campagne contribuerait notamment à mobiliser un électorat féministe à empêcher l'extrême droite d'accéder au pouvoir.
- Cette campagne doit à la fois parler des inégalités en France mais aussi à l'international.
- Cette campagne doit également contribuer à la notoriété d'Oxfam France et renforcer la dimension « féministe » de sa plate-forme de marque.
- Le contenu de la campagne pourra également servir de support à de la mobilisation offline de nos militant·e·s.

Objectifs de la campagne 2025 :

- Sensibiliser l'opinion publique sur le retard en matière de réduction des inégalités de genre et le besoin d'accélérer les efforts pour atteindre l'égalité.
- Faire que l'égalité femmes-hommes remonte dans le top 5 des motivations du vote pour les prochaines échéances électorales.
- Renforcer la demande politique et la pression des citoyennes et citoyens sur le sujet des inégalités de genre.

- Mettre en évidence les risques pesant sur les droits des femmes et l'égalité de genre avec la montée des conservateurs et de l'extrême droite.

Les attendus de la proposition de l'agence :

- Développement d'une stratégie et d'un dispositif global de campagne.
- Détermination du public cible avec une segmentation pertinente et les moyens mis en œuvre pour atteindre cette cible.
- Choix et présentation des moyens et des canaux nécessaires pour le déploiement du dispositif.
- Proposition de séquençage et de temps forts pertinents.
- Définition d'indicateurs clés de performance et des cibles envisagées.

Budget :

L'appel d'offre pour le développement de la campagne 2025 est d'un montant maximum de 100 000€ TTC.

Il est attendu des soumissionnaires qu'ils détaillent la proposition de ventilation budgétaire avec les différents postes de dépenses.

Le budget inclut tous les frais dont les honoraires de l'agence.

PARTIE 2 : INSTRUCTIONS AUX SOUMISSIONNAIRES

Calendrier

| | |
|--|---|
| Publication de l'appel d'offre | 27 aout 2024 |
| Deadline remise des offres par les soumissionnaires | 20 septembre 2024 |
| Deadline pré-sélection par Oxfam France | 27 septembre 2024 |
| Présentation des propositions par les agences présélectionnées | Lundi 30 septembre et mardi 1 ^{er} octobre |
| Deadline sélection | 4 octobre 2024 |
| Contractualisation entre Oxfam et agence retenue | Semaine 7 octobre 2024 |
| Préparation de la campagne | Octobre 2024/ Février 2025 |
| Lancement de la campagne envisagé | 3 mars 2024 |
| Déploiement de la campagne | Mars/ Septembre 2025 |
| Evaluation de la campagne | Décembre 2025 |

Modalités de remise des offres

- La présente consultation est ouverte jusqu'au 20 septembre (18h) date limite de remise des réponses par les soumissionnaires.
- Les réponses seront envoyées par voie électronique par email à l'adresse consultations@oxfamfrance.org. La référence de l'appel d'offre (AO-OFR-C00-2024-003) devra figurer dans l'objet du mail.
- Les réponses incluront, au minimum :
 - Une présentation détaillée du dispositif global de campagnes envisagé, avec la présentation du concept et de la stratégie de campagne, les différents livrables, les canaux de communication utilisés, les audiences ciblées et un agenda de mise en œuvre.
 - Un budget ventilé avec les différents postes de dépenses envisagés. Ce budget doit inclure les honoraires de l'agence.
 - Des références de projet antérieurs démontrant de l'expérience et l'expertise.
 - Déclaration d'honorabilité paraphée et signée par le soumissionnaire.

Interlocuteurs et clarifications

Les interlocuteurs principaux du projet sont :

- Sandra Lhote Fernandes, slhote@oxfamfrance.org responsable des campagnes et du plaidoyer justice de genre, cheffe de projet de la campagne Futurs Féministes, 06 64 54 65 60.
- Baptiste Petrieux, bpetrieux@oxfamfrance.org, responsable du service communication et digital d'Oxfam France, 06 09 44 31 49.

Les soumissionnaires peuvent adresser leurs questions par écrit ou par téléphone aux deux interlocuteurs jusqu'au 13/09/2024, pour une réponse dans les 2 (deux) jours ouvrés.

Période de validité

Les soumissionnaires s'engagent à soumettre une offre qui restera valide pour une période de deux (2) mois minimum à compter de la date limite de réponse.

Devise

Les offres devront être présentées en euros toutes taxes comprises.

Procédure de la consultation commerciale

Oxfam France se réserve le droit de négocier, d'accepter ou de rejeter toute réponse ou cotation à son entière discrétion et de poursuivre le dialogue compétitif pour toute réponse qu'elle considère comme avantageuse. Oxfam France n'est pas tenu d'accepter les prix les plus bas ni aucune proposition. Aucune proposition ne pourra être modifiée une fois passée la date de clôture de la consultation. Oxfam France se réserve le droit d'établir une liste de fournisseurs présélectionnés, basée sur les critères annoncés dans le paragraphe 8 du présent document. Des discussions plus poussées ainsi qu'un dialogue compétitif pourront ensuite être menés avec les fournisseurs présélectionnés.

Coûts de préparation et Propriété des offres

Aucun des frais engagés par le soumissionnaire pour préparer et soumettre son offre n'est remboursable.

Critères de sélection

Le Contrat sera attribué à l'offre qui sera à la fois conforme techniquement et administrativement.

Les offres seront évaluées selon les critères énumérés ci-dessous :

- Respect des termes et conditions d'Oxfam France.
- Expertise et expérience dans le déploiement de campagne de communication d'envergure.
- Qualité et potentiel du concept et de la créativité de la campagne développée.
- Pertinence du dispositif global et de la stratégie proposés.
- Ciblage et explication des audiences visées, notamment via une analyse qualitative des messages de la campagne (pouvant se réaliser suite à la sélection).
- Prix des prestations et cohérence du budget proposé.
- Services proposés par le soumissionnaire.
- Force de proposition du soumissionnaire.
- Expérience du soumissionnaire.

Tous les soumissionnaires seront informés de la suite donnée à leur offre.

Annulation de la consultation commerciale

En cas d'annulation de la consultation, les soumissionnaires en seront informés par Oxfam France. Une annulation peut se produire quand :

- La consultation a été infructueuse, à savoir quand aucune offre valide ou financièrement viable n'est reçue, voire aucune réponse du tout ;
- Les paramètres économiques ou techniques du projet ont été fondamentalement modifiés ;
- Des circonstances exceptionnelles ou un cas de force majeure rendent impossible l'exécution normale du projet ;
- Toutes les offres techniquement conformes dépassent le budget disponible ;

- Des irrégularités se sont produites dans la procédure, en particulier lorsque celles-ci ont empêché une concurrence loyale.

Oxfam France ne pourra en aucun cas être passible de dommages et intérêts, de quelque nature qu'ils soient (en particulier les dommages et intérêts pour perte de profits en cas d'annulation de la consultation commerciale), même si Oxfam France a été prévenu de la possibilité de dommages et intérêts.

ANNEXE 1: ETUDES CROISÉES DE L'OPINION RÉALISÉE PAR OXFAM FRANCE

NOTE FUTURS FÉMINISTES – DOCUMENTS PRÉPARATOIRES

Analyse audience

Enseignements de l'analyse croisée de plusieurs sondage d'opinion quantitatifs :

- [Sondage Stack data strategy et Focus 2030](#), mars 2024 sur à propos de l'état des inégalités de genre dans leur pays et dans le monde.
- [Baromètre du sexisme en France du HCE](#)/ Viavoice, janvier 2024.
- Baromètre Priorités Femmes Fondation des femmes/ Kantar, mars 2021.
- [Elections européennes : le jeu est ouvert](#), Destin Commun, mars 2024.
- Enquête Harris interactive, « Le regard des européens sur les investissements solidaires et durables », avril 2024.

Abstract :

- L'égalité femmes-hommes est un sujet connu et compris par une majeure partie de l'opinion française.
- Bien que reconnu comme un sujet important, elle n'est pas dans les priorités des français, comme une « motivation du vote ».
- Ce manque de priorisation/ faible demande politique ne pousse pas les décideurs agir et prendre les mesures ambitieuses mais nécessaires à la réduction des inégalités femmes-hommes.
- L'opinion publique fait de l'égalité un sujet important, néanmoins le féminisme/ les féministes ne bénéficient pas d'une grande adhésion, or elles sont à l'origine de toutes les avancées majeures en faveur des droits des femmes.

Enseignements principaux par Oxfam France

1. En France il y a une conscience de la persistance des inégalités, ainsi qu'un vécu de la part des femmes, toujours importants.

- La grande majorité des français·es ont conscience de la persistance des inégalités : 92 % des Français·es considèrent que les femmes et les hommes ne sont pas traité·es de la même manière dans au moins une des sphères de la société (HCE).
- 77% des Français·es considèrent que les femmes et les hommes ne sont pas traité·es de la même manière dans le monde du travail par exemple, le taux est bien sûr plus important chez les femmes (85%) que chez les hommes (67%) (HCE).
- Deux tiers des femmes pensent qu'il est difficile d'être une femme dans la société actuelle, contre un peu moins de 50% des hommes qui le pense.
- D'ailleurs, seulement 16% des femmes pensent qu'il est difficile d'être un homme, contre 29% des hommes qui le pensent (+5% par rapport à l'enquête précédente).
- Sur ce point on peut noter également un plus fort ressenti chez les publics plus jeunes: 80% des femmes de 15 à 24 ans pensent que c'est difficile d'être une femme actuellement contre 51% des plus de 65 ans (HCE).
- Les expériences sexistes et les violences sont encore très importantes chez les femmes : 86% des femmes ont déjà vécu une situation sexiste/ 60% des femmes ont

déjà été sujettes à des blagues sexistes/ plus d'un tiers des femmes ont déjà vécu au moins une situation de non-consentement (HCE).

2. Plutôt une perception que la lutte en faveur de l'égalité stagne en France et dans le monde.

- Dans son sondage, Focus 2030 a questionné sur le sentiment de progression ou non de la lutte en faveur de l'égalité femmes-hommes en France et à l'échelle mondiale.
- **Globalement, les français-es pensent majoritairement que l'égalité femmes-hommes à plutôt stagné en France (47%),** plus d'un tiers (37%) pense que l'égalité en France a progressé, mais 12% qu'elle a régressé.
- Quels que soit les groupes (sexe, âge, appartenance politique, niveau d'étude), la perception de stagnation de l'égalité FH en France est forte voire majoritaire. Les hommes pensent davantage que l'égalité a progressé (42%) que les femmes (28%).
- **A l'échelle mondiale, 49% des français-e-s pensent que l'égalité femmes-hommes stagne,** ils sont moins nombreux à penser qu'elle a progressé par rapport à l'échelle nationale (27%) et plus nombreux à penser qu'elle a régressé (18%).
- Près d'un quart des 18-34 ans pensent que l'égalité femmes-hommes à régressé à l'échelle mondiale.

3. Il y a une réelle conscience que l'égalité n'est pas atteinte et qu'il reste du chemin à faire.

- Pour les deux enquêtes (Focus et HCE) une convergence sur la conscience que l'égalité n'est pas atteinte (avec des résultats différents, peut être due à la formulation des questions).
- 60% des français-es pensent que l'égalité n'est pas atteinte à l'échelle nationale. Avec ici une différence générationnelle contre-intuitive : 69% des plus de 65 ans pensent que l'égalité n'est pas atteinte, contre 51% des 18-24 ans. Les femmes en sont plus conscientes que les hommes : 66% des femmes contre 52% des hommes.
- Selon le baromètre du HCE, seulement 6 des répondant-e-s pensent que l'égalité est atteinte en France.

4. L'égalité FH est considérée comme un sujet politique important, sans être « LA » priorité des français-es.

- Il y a un consensus sur le sujet : 74% des français-es pensent que l'égalité femmes-hommes doit être une priorité politique (Focus 2030). Les femmes le pensent davantage que les hommes : 78% des femmes contre 69% des hommes. Le pourcentage est le plus haut sur la classe d'âge 25-34 ans (83%).
- Dans le sondage de Focus 2030 sur les élections européennes, 63% des répondant-e-s pensaient que l'UE devrait financer davantage l'égalité de genre dans le monde.
- Bien que le sujet semble important, il n'est pas classé parmi les sujets le plus prioritaires selon l'enquête de Destin commun « *Elections européennes : le jeu est ouvert* » où l'égalité femmes-hommes est classé au 13^e rang des priorités nationales loin derrière des sujets comme le pouvoir d'achat, l'insécurité, la pauvreté et les inégalités et enfin l'immigration.

- Enquête Harris interactive, « Le regard des européens sur les investissements solidaires et durables », avril 2024 : Les inégalités femmes-hommes sont en bas de classement des priorités des français-e-s.

Les thèmes qui ont eu une importance dans le vote

Parmi la liste suivante, quels sont les thèmes qui ont le plus compté dans votre choix de vote aux élections européennes ?
5 réponses possibles

Aux inscrits sur les listes électorales ayant exprimé un vote, en %

Évolution vs. élections européennes 2019



5. Constat d'un effet « repoussoir » du terme féminisme à questionner.

- Alors que l'égalité femmes-hommes est perçue comme prioritaire en soi, les féministes ou le terme « féministe » est plutôt mal perçu par l'opinion dans les enquêtes de Focus et du HCE.
- Pour l'enquête Focus, le terme « féminisme » est clairement présenté comme clivant : 46% des français-es se considère comme « féministe » (12% tout à fait, 34% oui plutôt), 46% ne se considère pas comme « féministe » (30% plutôt pas, 16% pas du tout). Les hommes se sentent moins féministe (51% estiment que non), que les femmes (42% ne se sentent pas féministes).
- Les jeunes ne se sentent pas plus féministe que les plus âgés : seulement 44% des jeunes se pensent féministes contre 46% des plus de 65 ans. Les taux sont plus élevés chez les personnes de gauche, dont 60% se sentent féministes.
- Selon l'enquête du HCE, 55% des français-es pensent que les porte-paroles féministes en font trop (+2 points), 50% chez les femmes et 60% chez les hommes.

Données brutes

Sondage Focus2030/ Stack data strategy, mars 2024 :

L'UE est attendue pour lutter en faveur de l'égalité femmes-hommes :

- En France, 63% des répondant-e-s pensent que l'UE devrait financer davantage l'égalité de genre dans le monde – 60% en Allemagne, 68% en Italie.

- Une perception contrastée de l'état des inégalités femmes-hommes à l'échelle nationale : 60% des français-e-s pensent que l'égalité n'est pas atteinte à l'échelle nationale (56% en Italie, 39% en Allemagne).
- 35% des français-e-s pensent que l'égalité a progressé à l'échelle nationale ces 5 dernières années (39% en Allemagne, 27 en Italie) ; 47% plutôt stagné (44% en Allemagne, 47% en Italie), 12% pensent que l'égalité a régressé (10% en Allemagne, 16% en Italie).

| Selon vous ces 5 dernières années EFH en France a : | Hommes | Femmes | 18/24 | 25/34 | +65 | Droite | Centre | Gauche | Extrême droite | Diplômé | Non-diplômé |
|---|--------|--------|-------|-------|-----|--------|--------|--------|----------------|---------|-------------|
| Progressé | 42% | 28% | 32% | 29% | 39% | 40% | 36% | 35% | 39% | 39% | 32% |
| Stagné | 41% | 41% | 40% | 48% | 47% | 45% | 46% | 53% | 47% | 45% | 48% |
| Régressé | 10% | 13% | 15% | 18% | 7% | 12% | 11% | 7% | 9% | 9% | 13% |

- 27% des français-e-s pensent que l'égalité femmes-hommes dans le monde a progressé ces 5 dernières années (32% en Allemagne, 47% en Italie), 49% pensent que l'égalité à l'échelle mondiale a stagné (43% en Allemagne, 47% en Italie), 18% pensent que l'égalité FH dans le monde a régressé (15 en Allemagne, 19% en Italie).

| Selon vous ces 5 dernières années EFH dans le monde a : | Hommes | Femmes | 18/24 | 25/34 | +65 | Droite | Centre | Gauche | Extrême droite | Diplômé | Non-diplômé |
|---|--------|--------|-------|-------|-----|--------|--------|--------|----------------|---------|-------------|
| Progressé | 31% | 22% | 28% | 29% | 25% | 30% | 26% | 29% | 29% | 29% | 26% |
| Stagné | 45% | 52% | 40% | 46% | 52% | 48% | 50% | 49% | 50% | 47% | 50% |
| Régressé | 17% | 18% | 24% | 24% | 15% | 17% | 17% | 18% | 17% | 18% | 17% |

| L'égalité est-elle atteinte en FR | Hommes | Femmes | 18/24 | 25/34 | +65 | Droite | Centre | Gauche | Extrême droite | Diplômé | Non-diplômé |
|-----------------------------------|--------|--------|-------|-------|-----|--------|--------|--------|----------------|---------|-------------|
| Oui | 42% | 30% | 51% | 39% | 24% | 43% | 30% | 35% | 45% | 37% | 35% |
| Non | 52% | 66% | 39% | 59% | 69% | 54% | 63% | 64% | 52% | 60% | 60% |

- Division sur le terme « féministe » : 46% des français-e-s se considère comme « féministe » (12% tout à fait, 34% oui plutôt), 46% ne se considère pas comme « féministe » (30% plutôt pas, 16% pas du tout).

| Vous considérez-vous comme féministe ? | Hommes | Femmes | 18/24 | 25/34 | +65 | Droite | Centre | Gauche | Extrême droite | Diplômé | Non-diplômé |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|------------|-------------|
| Oui | 38% | 51% | 44% | 43% | 46% | 41% | 38% | 60% | 42% | 51% | 41% |
| Non | 51% | 42% | 48% | 49% | 44% | 53% | 49% | 34% | 54% | 43% | 48% |

- Pourtant, 74% des français-e-s pensent que l'égalité FH devrait être une priorité politique (26% oui tout à fait, 48% plutôt oui), 22% pensent le contraire (17% non plutôt pas, 5% pas du tout).

| <i>Vous considérez-vous comme féministe ?</i> | <i>Hommes</i> | <i>Femmes</i> | <i>18/24</i> | <i>25/34</i> | <i>+65</i> | <i>Droite</i> | <i>Centre</i> | <i>Gauche</i> | <i>Extrême droite</i> | <i>Diplômé</i> | <i>Non-diplômé</i> |
|---|---------------|---------------|--------------|--------------|------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|----------------|--------------------|
| Oui | 69% | 78% | 76% | 83% | 72% | 71% | 79% | 78% | 73% | 74% | 74% |
| Non | 26% | 16% | 23% | 17% | 22% | 26% | 16% | 18% | 24% | 22% | 21% |

Baromètre sexisme, HCE, janvier 2024 :

Les Français-es constatent davantage les inégalités entre les femmes et les hommes :

- 92 % des Français-es considèrent que les femmes et les hommes ne sont pas traité-es de la même manière dans au moins une des sphères de la société.
- 77% des Français-es considèrent que les femmes et les hommes ne sont pas traité-es de la même manière dans le monde du travail, 85% des femmes et 67% des hommes.
- 64% des femmes pensent qu'il est difficile d'être une femme dans la société actuelle contre 49% des hommes qui le pense.
- 16% des femmes pensent qu'il est difficile d'être un homme contre 29% des hommes qui le pensent (+5 points par rapport à l'enquête précédente).
- 80% des femmes de 15-24 ans pensent que c'est difficile d'être une femme, contre 51% pour les femmes de plus de 65 ans.
- 38% des français-es pensent que c'est normal que les femmes s'arrêtent de travailler pour s'occuper de leurs enfants (+5 points par rapport à l'enquête précédente), 34% chez les femmes, 42% chez les hommes.
- 31% des français-es pensent qu'on s'acharne sur les hommes – 23% chez les femmes et 41% chez les hommes.
- 55% des français-es pensent que les portes-paroles féministes en font trop (+2 points), 50% chez les femmes et 60% chez les hommes.
- Mais « seulement » 22% des français-es pensent qu'on en a fait trop sur les agressions sexuelles (19% des femmes, 26% des hommes).
- 60% des femmes ont déjà été sujettes à des blagues sexistes.
- 42% des femmes pensent vivre un déséquilibre au sujet des tâches domestiques.
- 86% des femmes ont déjà vécu une situation sexiste.
- 37% des françaises ont déjà vécu au moins une situation de non consentement.
- 6% des français-es pensent qu'on a atteint l'égalité (4% des femmes, 8% des hommes).

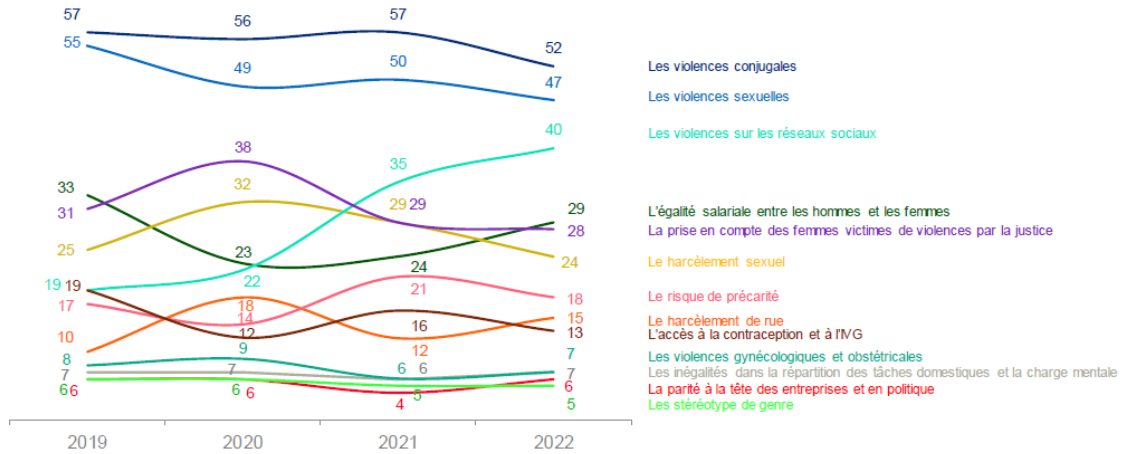
Perception dans les médias et débat public :

- 72% des français-es pensent qu'on parle principalement du sexisme à travers les faits divers.
- 63% des français-es pensent qu'on réduit les femmes à des rôles de victimes lorsqu'on parle du sexisme (idem femmes-hommes).

- 50% pensent qu'on parle suffisamment du sexisme ordinaire (33% pour les jeunes femmes)

Evolution des thématiques sur lesquelles il est prioritaire d'agir

Evolution sur 4 ans

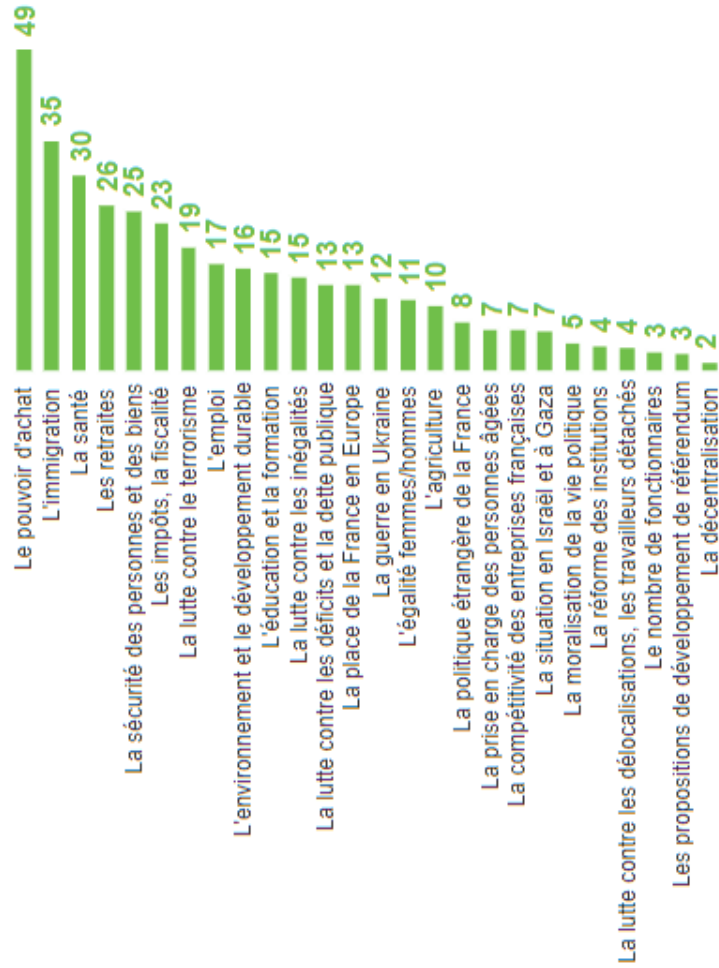


En %
Base : 1002
Q18. Parmi les thématiques suivantes, sur quoi vous semble-t-il prioritaire d'agir ? En premier ? En deuxième ? Et en troisième ?

Motivations de vote

Parmi la liste suivante, quels sont les thèmes qui vont le plus compter dans votre choix de vote lors des élections législatives ?

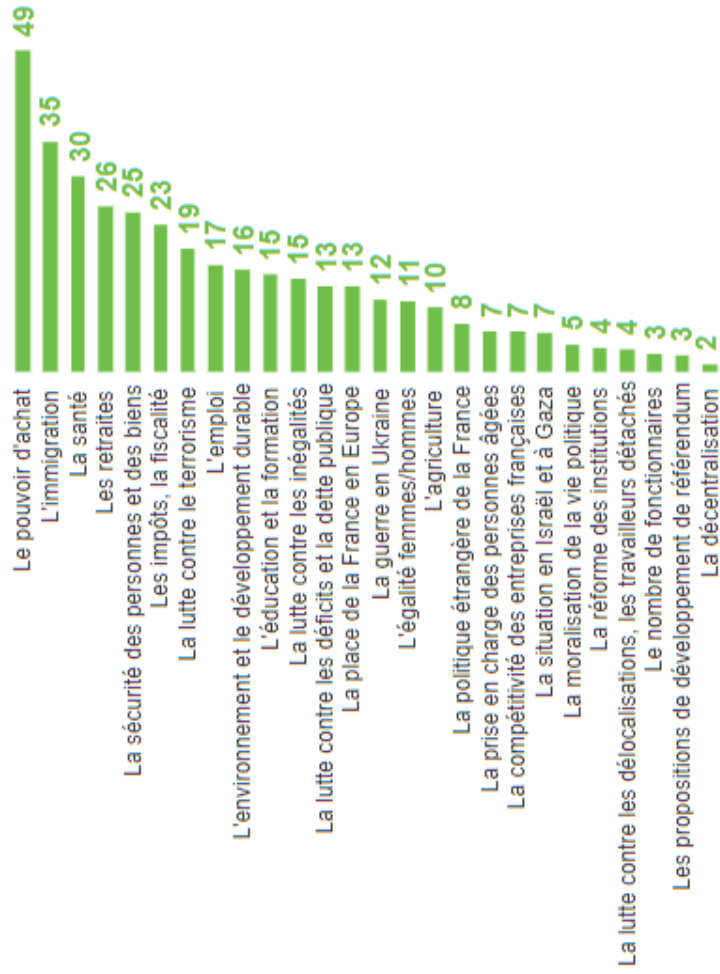
Aux inscrits sur les listes électorales, en % de votes exprimés



Motivations de vote

Parmi la liste suivante, quels sont les thèmes qui vont le plus compter dans votre choix de vote lors des élections législatives ?

Aux inscrits sur les listes électorales, en % de votes exprimés



ANNEXE 2 : DONNÉES STATISTIQUES UTILISÉES PAR OXFAM

Données mondiales :

Plusieurs études existent sur le temps restant pour atteindre l'égalité :

- Selon le Forum économique mondial (2023), à ce rythme il faudrait attendre 131 ans pour connaître un monde égalitaire¹.
- Selon les Nations Unies (2022), il faudrait attendre encore 300 ans pour connaître l'égalité².

Rapport « [Progrès vers la réalisation des Objectifs de développement durable : Gros plan sur l'égalité des sexes](#) », septembre 2023.

- L'ONU a calculé qu'il faudrait un plan d'au moins 360 milliards de dollars par an pour atteindre les objectifs d'égalité de genre.
- Plus de 50% des Etats au monde manque encore de lois dans les principaux domaines relatifs à l'égalité entre les sexes.
- Si rien ne change, les femmes consacreront toujours 2,3 heures par jour de plus que les hommes aux tâches domestiques non-rémunérés.
- Les femmes représentent qu'un quart des parlementaires.
- Un tiers des postes au sein des autorités locales.
- 28% des postes de direction dans les entreprises.
- A 5 ans de l'échéances des objectifs de développement durable : aucun des indicateurs n'est en bonne voie d'être atteint
- 1 femme sur 10 dans le monde vit dans l'extrême pauvreté. Si rien est fait, 340 millions de femmes et de filles vivront dans l'extrême pauvreté d'ici 2030.
- En raison du changement climatique, 236 millions de femmes et de filles supplémentaires souffriront de faim d'ici 2030, soit deux fois plus que les hommes (131 millions).
- Au rythme actuel, on estime qu'à l'échelle mondiale, en 2030, 110 millions de filles et de jeunes femmes ne seront pas scolarisées.
- Les programmes consacrés à l'égalité des sexes ne représentent que 4 % de l'aide publique au développement. Il faudrait 360 milliards de dollars supplémentaires par an dans les pays en développement pour parvenir à l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes. Cela représente moins d'un cinquième des 2,2 billions de dollars consacrés aux dépenses militaires dans le monde en 2022, par exemple.
- Près de 300 millions d'emplois pourraient être créés d'ici 2035 à travers des investissements dans les services de soins, tels que les services de garde d'enfants et de soins aux personnes âgées. De plus, en comblant les écarts d'emploi entre les hommes et les femmes, le produit intérieur brut par habitant pourrait augmenter de 20 % dans toutes les régions

Données France :

- Les françaises gagnent en moyenne 23,5% de moins que les français, 14,9% de moins à temps de travail identique et 4% à poste équivalent³.
- 40% des enfants de moins de 3 ans n'ont aucune solution formelle de garde, impactant particulièrement la carrière professionnelle des mères.

¹ <https://www.weforum.org/videos/global-gender-gap-report-general-audience/>

² <https://www.unwomen.org/en/news-stories/press-release/2022/09/press-release-achieving-full-gender-equality-is-still-centuries-away-warns-the-united-nations-in-a-new-report>

³ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7766515>

- L'impunité des auteurs de violences faites aux femmes avec 94% des plaintes pour viol classées sans suite⁴.
- Le nombre de femmes siégeant au Parlement est encore loin de la parité avec 36% de femmes députées dans la nouvelle Assemblée Nationale et également au Sénat.
- Le taux de féminicides reste élevé en France, une femme est tuée par son conjoint ou ex-conjoint tous les 3 jours⁵. Selon la Fondation des Femmes, au cours de sa vie, 1 femme sur 10 sera victime de violences conjugales.

⁴ <https://fondationdesfemmes.org/petitions/metoo-persiste-et-signe/>

⁵ <https://fondationdesfemmes.org/actualites/campagne-contre-les-violences-conjugales-maintenantonagit/>

ANNEXE 3 : BIBLIOGRAPHIE ET VIDÉOTHÈQUES ANTÉRIEURES D'OXFAM FRANCE

Rapport d'Oxfam France de référence :

- « [Rapport grande cause, petit bilan](#) », mars 2022.
- « [Territoires féministes !](#) », mars 2023.
- « [Agriculture : les inégalités sont dans le pré](#) », Février 2023.
- « [Europe Féministe ?](#) », mars 2024.

Contenu réseaux sociaux pertinents :

- [Vidéo insta en amont des élections législatives](#) avec Pépites sexistes et Humeco (100k vues).
- [Vidéo insta en réaction](#) à Jordan Bardella (88k vues).
- [Carousel insta](#) sur le rapport Europe Féministe.
- [Concours insta](#) pour gagner tote bag féministe.
- [Vidéo insta d'Épiphanie Diorang](#), présidente de la ligue tchadienne pour les droits des femmes en partenariat avec Tilt.
- [Vidéo mairie Nantes sur territoire féministe](#).
- [Vidéo campagne législative 2022](#) sur droits des femmes.

Contenus autres thématiques :

- [La vidéo des terrasses réservées au 1%](#).
- Vidéo « [Une vache nommée Bernard](#) ».
- [Vidéo de campagne sur la levée des brevets sur les vaccins Covid](#).

Actions inter-associatives dont Oxfam est membre :

- [Mobilisation #AlertesFéministes](#) en amont des élections législatives anticipées.
- [Tribune #MeToo dans le monde](#).
- « [#EcoutezNousBien](#) », mobilisation en amont de l'élection présidentielle 2022.
- [Fonds Féministes en action](#).

ANNEXE 4 : LES DEMANDES PLAIDOYER D'OXFAM FRANCE EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ

Dans le contexte politique actuel, Oxfam portera une demande d'un plan d'urgence pour l'égalité de genre pour accélérer les efforts. Ce plan s'articulera autour de 5 axes prioritaires :

1. **Mettre fin aux inégalités de genre dans le monde du travail**, en renforçant l'index de l'égalité professionnelle dans le cadre de la transposition de la directive européenne sur la transparence des écarts de salaire et en revalorisant les salaires des secteurs féminisés.
2. **Mieux répartir le travail domestique non rémunéré entre les femmes et les hommes** notamment via une grande réforme sur la petite enfance avec une refonte des congés parentaux et la création d'un véritable service public de la petite enfance.
3. **Financer les droits des femmes dans le monde**, en respectant les engagements de la loi d'orientation sur la solidarité internationale d'intégrer le genre dans 85% de notre aide dont 20% dédié spécifiquement aux droits des femmes et en renforçant le Fonds de soutien aux organisations féministes. Ce FSOF doit être développé à l'échelle de l'Union Européenne sous l'impulsion de la France.
4. **Lutter contre les violences faites aux femmes**, via l'adoption d'une loi intégrale sur les violences.
5. **Adopter une approche féministe des politiques publiques**, en expérimentant la budgétisation sensible au genre et en développant des éga-conditionnalités dans les marchés publics.

ANNEXE 5 : DÉCLARATION D'INTÉGRITÉ, D'ÉLIGIBILITÉ ET D'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL

Intitulé de l'appel d'offres : Campagne Futurs Féministes 2025 (le "**Marché**")

A : _____ (le "**Maître d'Ouvrage**")

1. Nous reconnaissons et acceptons que l'Agence Française de Développement (l'"**AFD**") ne finance les projets du Maître d'Ouvrage qu'à ses propres conditions qui sont déterminées par la Convention de financement qui la lie au Maître d'Ouvrage. En conséquence, il ne peut exister de lien de droit entre l'AFD et notre entreprise, notre groupement et nos sous-traitants. Le Maître d'Ouvrage conserve la responsabilité exclusive de la préparation et de la mise en œuvre du processus de passation de ses marchés et de leur exécution ultérieure.
2. Nous attestons que nous ne sommes pas, et qu'aucun des membres de notre groupement et de nos sous-traitants n'est, dans l'un des cas suivants :
 - 2.1) être en état ou avoir fait l'objet d'une procédure de faillite, de liquidation, de règlement judiciaire, de sauvegarde, de cessation d'activité ou être dans toute situation analogue résultant d'une procédure de même nature ;
 - 2.2) avoir fait l'objet d'une condamnation prononcée depuis moins de cinq ans par un jugement ayant force de chose jugée dans le pays de réalisation du Projet pour l'un des actes visés aux articles 6.1 à 6.4 ci-après ou pour tout délit commis dans le cadre de la passation ou de l'exécution d'un marché⁶;
 - 2.3) figurer sur les Listes de Sanctions Financières adoptées par les Nations Unies, l'Union européenne et/ou la France, notamment au titre de la lutte contre le financement du terrorisme et contre les atteintes à la paix et à la sécurité internationales ;
 - 2.4) en matière professionnelle, avoir commis au cours des cinq dernières années une faute grave à l'occasion de la passation ou de l'exécution d'un marché ;
 - 2.5) n'avoir pas rempli nos obligations relatives au paiement des cotisations de sécurité sociale ou nos obligations relatives au paiement de nos impôts selon les dispositions légales du pays où nous sommes établis ou celles du pays du Maître d'Ouvrage ;
 - 2.6) avoir fait l'objet depuis moins de cinq ans d'une condamnation par un jugement ayant force de chose jugée pour l'un des actes visés aux articles 6.1 à 6.4 ci-après ou pour tout délit commis dans le cadre de la passation ou l'exécution d'un marché financé par l'AFD ;

⁶ Dans l'hypothèse d'une telle condamnation, vous pouvez joindre à cette Déclaration d'Intégrité les informations complémentaires qui permettront d'estimer que cette condamnation n'est pas pertinente dans le cadre du marché financé par l'AFD.

- 2.7) être sous le coup d'une décision d'exclusion prononcée par la Banque mondiale, à compter du 30 mai 2012, et figurer à ce titre sur la liste publiée à l'adresse électronique <http://www.worldbank.org/debarr>⁷;
- 2.8) s'être rendu coupable de fausses déclarations en fournissant les renseignements exigés dans le cadre du processus de passation du Marché.
3. Nous attestons que nous ne sommes pas, et qu'aucun des membres de notre groupement et de nos sous-traitants n'est, dans l'une des situations de conflit d'intérêt suivantes :
- 3.1) actionnaire contrôlant le Maître d'Ouvrage ou filiale contrôlée par le Maître d'Ouvrage, à moins que le conflit en découlant ait été porté à la connaissance de l'AFD et résolu à sa satisfaction.
- 3.2) avoir des relations d'affaires ou familiales avec un membre des services du Maître d'Ouvrage impliqué dans le processus de sélection ou le contrôle du marché en résultant, à moins que le conflit en découlant ait été porté à la connaissance de l'AFD et résolu à sa satisfaction ;
- 3.3) contrôler ou être contrôlé par un autre soumissionnaire, être placé sous le contrôle de la même entreprise qu'un autre soumissionnaire, recevoir d'un autre soumissionnaire ou attribuer à un autre soumissionnaire directement ou indirectement des subventions, avoir le même représentant légal qu'un autre soumissionnaire, entretenir directement ou indirectement des contacts avec un autre soumissionnaire nous permettant d'avoir et de donner accès aux informations contenues dans nos offres respectives, de les influencer, ou d'influencer les décisions du Maître d'Ouvrage ;
- 3.4) être engagé pour une mission de conseil qui, par sa nature, risque de s'avérer incompatible avec nos missions pour le compte du Maître d'Ouvrage ;
- 3.5) dans le cas d'une procédure ayant pour objet la passation d'un marché de travaux ou de fournitures :
- i. avoir préparé nous-mêmes ou avoir été associés à un consultant qui a préparé des spécifications, plans, calculs et autres documents utilisés dans le cadre du processus de mise en concurrence considéré ;
 - ii. être nous-mêmes, ou l'une des firmes auxquelles nous sommes affiliées, recrutés, ou devant l'être, par le Maître d'Ouvrage pour effectuer la supervision ou le contrôle des travaux dans le cadre du Marché.
4. Si nous sommes un établissement public ou une entreprise publique, nous attestons que nous jouissons d'une autonomie juridique et financière et que nous sommes gérés selon les règles du droit commercial⁸.
5. Nous nous engageons à communiquer sans délai au Maître d'Ouvrage, qui en informera l'AFD, tout changement de situation au regard des points 2 à 4 qui précèdent.

⁷ Dans l'hypothèse d'une telle décision d'exclusion, vous pouvez joindre à cette Déclaration d'Intégrité les informations complémentaires qui permettront d'estimer que cette décision exclusion n'est pas pertinente dans le cadre du marché financé par l'AFD.

⁸ Article à supprimer le cas échéant en cas de marché conclu avec une entreprise publique sans mise en concurrence.

6. Dans le cadre de la passation et de l'exécution du Marché :

6.1) Nous n'avons pas commis et nous ne commettrons pas de manœuvre déloyale (action ou omission) destinée à tromper délibérément autrui, à lui dissimuler intentionnellement des éléments, à surprendre ou vicier son consentement ou à lui faire contourner des obligations légales ou réglementaires et/ou violer ses règles internes afin d'obtenir un bénéfice illégitime.

6.2) Nous n'avons pas commis et nous ne commettrons pas de manœuvre déloyale (action ou omission) contraire à nos obligations légales ou réglementaires et/ou nos règles internes afin d'obtenir un bénéfice illégitime.

6.3) Nous n'avons pas promis, offert ou accordé et nous ne promettrons, offrirons ou accorderons pas, directement ou indirectement, à (i) toute personne détenant un mandat législatif, exécutif, administratif ou judiciaire au sein de l'Etat du Maître d'Ouvrage, qu'elle ait été nommée ou élue, à titre permanent ou non, qu'elle soit rémunérée ou non et quel que soit son niveau hiérarchique, (ii) toute autre personne qui exerce une fonction publique, y compris pour un organisme public ou une entreprise publique, ou qui fournit un service public, ou (iii) toute autre personne définie comme agent public dans l'Etat du Maître d'Ouvrage, un avantage indu de toute nature, pour lui-même ou pour une autre personne ou entité, afin qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte dans l'exercice de ses fonctions officielles.

6.4) Nous n'avons pas promis, offert ou accordé et nous ne promettrons, offrirons ou accorderons pas, directement ou indirectement, à toute personne qui dirige une entité du secteur privé ou travaille pour une telle entité, en quelque qualité que se soit, un avantage indu de toute nature, pour elle-même ou pour une autre personne ou entité, afin qu'elle accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte en violation de ses obligations légales, contractuelles ou professionnelles.

6.5) Nous n'avons pas commis et nous ne commettrons pas d'acte susceptible d'influencer le processus de passation du Marché au détriment du Maître d'Ouvrage et, notamment, aucune Pratique Anticoncurrentielle ayant pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence, notamment en tendant à limiter l'accès au Marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises.

6.6) Nous-mêmes, ou l'un des membres de notre groupement, ou l'un des sous-traitants n'allons pas acquérir ou fournir de matériel et n'allons pas intervenir dans des secteurs sous Embargo des Nations Unies, de l'Union européenne ou de la France.

6.7) Nous nous engageons à respecter et à faire respecter par l'ensemble de nos sous-traitants les normes environnementales et sociales reconnues par la communauté internationale parmi lesquelles figurent les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du travail (OIT) et les conventions internationales pour la protection de l'environnement, en cohérence avec les lois et règlements applicables au pays de réalisation du Marché. En outre, nous nous engageons également à mettre en œuvre les mesures d'atténuation des risques environnementaux et sociaux telles que définies dans le plan de gestion environnementale et sociale ou, le cas échéant, dans la notice d'impact environnemental et social fournie par le Maître d'Ouvrage.

7. Nous-mêmes, les membres de notre groupement et nos sous-traitants autorisons l'AFD à examiner les documents et pièces comptables relatifs à la passation et à l'exécution du Marché et à les soumettre pour vérification à des auditeurs désignés par l'AFD.

Nom : _____ En tant que : _____

Signature : _____

Dûment habilité à signer l'offre pour et au nom de⁹ _____

En date du : _____ jour de : _____

⁹ En cas de groupement, inscrire le nom du Groupement. La personne signant l'offre au nom du Soumissionnaire joindra à l'Offre le Pouvoir confié par le Soumissionnaire.