

Textes et photos mis librement à disposition des médias pour diffusion journalistique



COMBATTRE L'ILLETTRISME AU NIVEAU INTERNATIONAL

76 millions*. C'est le nombre de jeunes femmes ne maîtrisant pas les bases de la lecture et de l'écriture dans le monde. Encore plus grave : alors que la pauvreté recule à l'échelle planétaire, l'illettrisme au féminin reste stable, accentuant les inégalités sexuées. Ce « handicap dissimulé », selon Françoise Lehmann, place les femmes dans des situations compliquées, à la fois familiales et sociales. « Les conséquences sont lourdes pour ces femmes et leur entourage : non seulement leur espérance de vie est réduite, mais l'impact sur l'éducation de leurs enfants et sur leur avenir est inquiétant. » Autre sonnette d'alarme tirée par la présidente de Lancôme International : « Quand on parle d'illettrisme, on pense souvent aux pays en développement. Mais c'est aussi une réalité prégnante dans les pays développés. »

Pour pallier ce fléau, et parce que « Lancôme est au service des femmes », la marque de cosmétiques s'est donc associée avec l'ONG CARE pour mettre en place un programme baptisé « Write Her Future », référence faite à la difficulté des femmes qui ne savent pas comment écrire leur nom. Cette ambition s'inscrit dans la lignée du programme *Sharing Beauty With All*, porté par Jean-Paul Agon, PDG du Groupe L'Oréal, qui considère qu'il est aujourd'hui « primordial que l'entreprise joue un rôle social. »

En choisissant de s'engager pour l'éducation des jeunes femmes, Lancôme porte un combat en adéquation avec ses valeurs d'estime de soi, d'*empowerment*, de transmission ou encore d'épanouissement. Ainsi, pour fédérer ses engagements au niveau international, le choix de Lancôme s'est naturellement porté sur CARE qui

vient en aide à près de 60 millions de personnes dans 90 pays, et est très proche des problématiques locales. « La cause correspond aux cibles de la marque. En s'adressant aux jeunes femmes à travers le monde, Write Her Future s'inscrit parfaitement dans l'ADN de Lancôme », se félicite Françoise Lehmann. L'ambition de Write Her Future ? Donner aux femmes illettrées une foi dans l'avenir, « un élément de construction du bonheur et de projection dans le futur ». Ensemble, Lancôme et CARE ont donc initié ce programme à visée philanthropique en même temps dans trois pays, un par continent : au Maroc, en Thaïlande et au Guatemala.

DIFFÉRENTES CAUSES DE L'ILLETTRISME, DIFFÉRENTS COMBATS

Un illettrisme aux nombreux visages

L'illettrisme revêt plusieurs visages. C'est pourquoi Write Her Future entend s'adapter aux réalités locales. Au Maroc, le programme insiste sur l'accompagnement des jeunes mères, pour faciliter leur participation à l'éducation des enfants, luttant indirectement contre l'échec scolaire. Au Guatemala, l'accent est porté sur l'intégration des femmes mayas dans une société dont elles ne parlent pas la langue. Là où tout se fait en espagnol, Write Her Future vient leur apporter de l'aide pour comprendre des documents administratifs ou faire respecter leurs droits. En Thaïlande, on mise sur un réseau de femmes via l'éducation. Écartées du monde du travail, Write Her Future ambitionne de les faire reconnaître comme actrices du monde économique. Si CARE a choisi les trois pays en fonction de leur maîtrise des relais locaux, Lancôme a été très vigilant sur l'efficacité des moyens mis en œuvre. « Nous voulions vraiment nous adapter au contexte local, explique

Françoise Lehmann, et apporter des réponses justes par rapport aux causes de l'illettrisme. »

« Rendre visibles les invisibles »

Afin de donner un maximum de visibilité à cette cause, Lancôme exploite également son *reach social*. Depuis le 20 février, la marque a lancé le projet « *Write your name so she can write her future* ». Pensée en trois temps, cette campagne digitale de sensibilisation va d'abord projeter les internautes dans le quotidien de femmes illettrées au moyen d'un film. Objectif : rendre visible cette cause. Ensuite, chaque ambassadrice de la marque, de Julia Roberts à Penélope Cruz, en passant par Kate Winslet et Lupita Nyong'o, sera invitée à donner de l'ampleur à cette campagne de mobilisation. Enfin, à l'appel de Lancôme, leaders d'opinion proches de la marque (Mert & Marcus, Alexi Lubomirski...), influenceuses et autres décisionnaires, employés également, prendront le relais pour donner une « résonance maximale » au handicap que représente l'illettrisme chez ces jeunes femmes.

S'ancrer dans le local grâce à des partenariats

Sur le terrain, les équipes des filiales de Lancôme s'activent aussi. « Chaque pays a

pour mission de nouer localement des partenariats avec des ONG », précise Françoise Lehmann. En France, les équipes ont prévu de lancer leurs actions dans le courant de l'année, une façon de montrer que le problème n'est pas cantonné aux pays en développement. « J'ai été particulièrement marquée par le documentaire *21 Jours* d'Alexandra Alévêque, se souvient la présidente de Lancôme. Aujourd'hui, même dans un pays développé comme la France, 2,5 millions de personnes sont illettrées ! Notre engagement vise à leur apporter une deuxième chance. » D'autant plus que le digital creuse les inégalités, car la lecture ou l'écriture sont indispensables à l'utilisation du numérique.

8 000 BÉNÉFICIAIRES ATTENDUS D'ICI CINQ ANS

Lancôme mise sur sa force de frappe pour rendre visible le fléau de l'illettrisme. Très concrètement, la marque estime que, d'ici cinq ans, près de 8 000 personnes auront bénéficié directement du programme, et 40 000 de manière indirecte. Si le programme a déjà commencé au Maroc, il est encore en préparation en Thaïlande et au Guatemala. « Il faut identifier les partenaires locaux et recruter les professeurs », explique Françoise Lehmann. Puisque Lancôme s'inscrit vraiment dans une « démarche de long terme », un premier bilan sera réalisé au bout d'un an, afin de laisser le temps au projet de s'installer. De nouvelles géographies ont déjà été identifiées pour ce projet de longue haleine. Rien qu'au niveau européen, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie ou encore l'Angleterre sont en train de nouer des partenariats avec des ONG.

À titre personnel, l'engagement contre l'illettrisme des femmes tient particulièrement à cœur à Françoise Lehmann. Née de parents enseignants, elle voit l'éducation comme un moyen d'aborder les choses de manière structurée et positive et de faire face aux difficultés de la vie. « Cela donne du recul et une capacité de jugement. Même s'il est plus compliqué à l'âge adulte, l'apprentissage

finit toujours par devenir un plaisir. » Un moyen également d'envisager sereinement l'avenir, où les femmes participeront encore plus à la création de richesse du pays.

* *Source : UNESCO, 2014. International Women's Day*