

Égalité entre hommes et femmes dans l'industrie des produits de la mer : où en sommes-nous ?

Résultats d'une enquête internationale
octobre 2018

Auteurs

Natalia Briceño-Lagos

Marie Christine Monfort



WSI (Women in the Seafood Industry) : Association internationale pour les femmes dans l'industrie des produits aquatiques

WSI a pour objectifs de mettre en lumière la contribution des femmes dans l'industrie des produits de la mer, trop souvent ignorée, et d'attirer l'attention des professionnel.le.s sur les inégalités qui existent entre les hommes et les femmes dans cette industrie.

Les auteures

Natalia Briceño-Lagos

Natalia Briceño-Lagos est consultante chez WSI. Elle est doctorante en sociologie à l'Ecole des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), en France. Elle fait partie de l'Equipe de Recherche sur les Inégalités Sociales du Centre Maurice Halbwachs à Paris. Depuis 2011, elle étudie les impacts sociaux de l'industrie salmonicole sur l'île de Chiloé au Chili. Ses recherches portent sur la manière dont les femmes et les hommes articulent leur vie professionnelle et familiale dans l'industrie de transformation du saumon. Cette industrie, caractérisée par des hauts et des bas en termes de performance, constitue un terrain de recherche unique pour étudier le développement d'une économie moderne et ses conséquences pour les familles et pour les femmes en matière d'emploi et de conditions de travail.

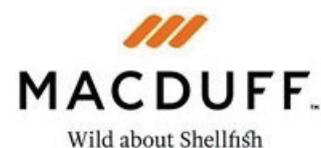
Marie Christine Monfort

Marie Christine Monfort (MSc économie La Sorbonne Paris, MSc économie NHH Bergen) a opéré 25 ans durant en tant qu'analyste internationale des marchés des produits aquatiques. Au cours de ces dernières années elle a porté son attention vers le volet social de son industrie : la place qu'y occupent les femmes. Elle est l'auteure du rapport « The role of Women in the Seafood Industry » commandée par la FAO en 2015. L'année suivante, Marie Christine Monfort a cofondé l'association internationale pour les femmes dans l'industrie des produits aquatiques (WSI) avec l'ambition de mettre en lumière la contribution des femmes dans cette industrie et de faire prendre conscience des inégalités qui y prévalent.

Ce rapport vous est offert grâce au soutien des sponsors de WSI.
wsi-asso.org/join-wsi



MIGROS



Les sponsors soutiennent WSI dans ses efforts pour souligner les questions de genre dans l'industrie des produits aquatiques. Ils ne sont nullement responsables du contenu de ce document.

Table des matières

Avant-propos	5
Résumé.....	6
Les concepts-clés	8
1. Les femmes dans l'industrie des produits aquatiques : une contribution majeure.....	10
1.1. Les femmes très présentes.....	10
1.2. ... mais une « industrie à dominante masculine. ».....	11
1.3. L'industrie des produits de la mer a-t-elle un sexe ?.....	12
2. Egalité de genre dans l'industrie des produits de la mer : où en sommes-nous ?.....	13
2.1. L'enquête de WSI.....	13
2.2. Les caractéristiques des répondant.e.s.....	16
3. L'industrie des produits de la mer : rôle inégal des hommes et des femmes	19
3.1. Des filières à forte mixité.....	19
3.2. L'inégalité H/F : un fait reconnu dans toute l'industrie	20
4. Les obstacles en matière d'égalité H/F.....	29
4.1. Manque de reconnaissance du problème.....	29
4.2. Qu'est-ce qui empêche de considérer l'inégalité F/H comme un problème ?	29
4.3. Les facteurs reproduisant les inégalités.....	31
5. Initiatives positives pour l'égalité	38
5.1. Prise de conscience : le premier pas vers le changement	38
5.2. Mythe du « métier d'homme » : et si on s'en débarrassait ?	40
5.3. Conciliation travail-vie privée.....	43
5.4. Stratégies pour accueillir les femmes.....	44
5.5. Au nom de l'égalité : que font les entreprises ?.....	48
6. La voie de l'avenir : encourager le dialogue sur l'égalité dans l'industrie des produits de la mer	56
6.1. Stimuler la prise de conscience.....	57
6.2. Impliquer les hommes dans le débat.....	58
6.3. Favoriser le dialogue sur les questions d'égalité.....	59
7. Sources.....	60
À venir 2018.....	62

Avant-propos

Des études montrent que, au niveau mondial, la moitié des travailleurs de l'industrie des produits de la mer et de l'aquaculture sont des femmes et que ces femmes occupent de façon prépondérante des postes peu qualifiés, peu valorisés et peu rémunérés. Elles sont absentes des postes à l'autre bout de la chaîne de valeur, les postes de pouvoir étant occupés en grande majorité par des hommes. La participation des femmes à cette importante économie est mal appréhendée, leur contribution à la création de richesses bien peu reconnue et, dans tous les pays, la distribution des rôles, des pouvoirs et des bénéfices entre les deux sexes reste inéquitable.

Les discriminations et les inégalités de genre ont gagné en visibilité au cours de ces dernières années et les revendications des femmes se sont intensifiées, mais ces questions ne sont toujours pas considérées comme prioritaires par les industries des produits aquatiques.

C'est dans ce contexte que l'association WSI a été créée en 2016 pour faire entrer les inégalités de genre dans les débats au sein des filières de la pêche et de l'aquaculture.

WSI a mené une enquête « L'égalité femmes/hommes dans l'industrie des produits aquatiques » pour recueillir les points de vue et expériences d'hommes et de femmes professionnels de ces filières et collecter leurs suggestions pour des pistes d'amélioration. Ce projet a aussi contribué à sensibiliser les répondants au sujet.

Rappelons qu'il y a environ 20 ans les ressources marines se trouvaient dans un état critique, et malgré les alertes répétées des scientifiques à propos de cette situation alarmante, la majorité des parties prenantes a longtemps choisi de fermer les yeux. Aujourd'hui, ignorer la question de la durabilité de l'exploitation des ressources n'est plus une option.

De même, nous pensons que la lutte contre les inégalités de genre prégnantes dans l'industrie des produits de la mer ne fait que commencer et qu'elle sera intégrée dans les politiques publiques et privées jusqu'à apparaître dans les rapports RSE (responsabilité sociale des entreprises). A l'instar de la surexploitation des ressources aquatiques, le sujet ne saurait continuer d'être ignoré.

Nous exprimons nos remerciements les plus chaleureux aux 695 participants qui ont pris le temps de répondre au questionnaire pour partager leurs expériences. Nous avons particulièrement apprécié leurs remarques détaillées, la précision de leurs observations et leurs commentaires encourageants. Nous espérons que ce rapport nous aidera toutes et tous à poursuivre le travail nécessaire pour aboutir à plus d'équité hommes/ femmes dans l'industrie des produits de la mer.

Marie Christine Monfort
Co-fondatrice & Présidente de WSI

Résumé

Au cours de l'automne 2017, 695 professionnel.le.s de l'industrie des produits de la mer ont participé à l'enquête menée par WSI pour partager leurs points de vue sur la place qu'occupent les femmes - et les hommes - dans leur environnement professionnel. La précision et pertinence de leurs réponses et commentaires ont permis de faire une analyse exploratoire qui vient combler certaines lacunes dans les connaissances sur le sujet, nourrir le débat et ouvrir le champ à de nombreuses discussions.

Une industrie non équitable

Globalement, plus d'une professionnel.le sur deux (56 %) a admis que l'industrie n'est pas équitable et n'est pas aussi attirante pour les femmes que pour les hommes. Ce pourcentage varie en fonction du sexe des répondant.e.s (61 % des femmes et 38 % d'hommes soulignent cette inégalité), de leur secteur (50 % parmi les membres d'ONG, 64 % parmi les professionnel.le.s de l'industrie), de leur localisation géographique (avec de grands écarts, par exemple, entre 64 % pour l'Amérique du Sud et 40 % pour la Scandinavie, cette dernière étant la seule région où les opinions positives dépassent les négatives).

L'enquête a mis en évidence une discrimination au travail fondée sur le sexe, des conditions de travail défavorables, des préjugés forts et des inégalités de chances pour les femmes. Ces obstacles ne sont pas indépendants les uns des autres, ils se stimulent mutuellement formant un cercle vicieux qui façonne les caractéristiques de genre et les interactions entre les professionnel.le.s de l'industrie des produits aquatiques. Par conséquent, comme l'a indiqué la majorité des répondant.e.s, ces obstacles rendent cette industrie peu attrayante pour les femmes, surtout pour celles qui ont la capacité de choisir le milieu professionnel dans lequel elles feront carrière.

Encore beaucoup de progrès à faire ...

Ce panorama de 2017 de l'égalité professionnelle dans l'industrie des produits de la mer est sombre mais aussi porteur d'espoir.

Les réponses à cette enquête confirment qu'aucun segment de l'industrie n'est exempt de discriminations hommes / femmes, de stéréotypes, de déséquilibre dans les postes occupés par genre. Omniprésent, le manque d'égalité n'est cependant pas encore à l'ordre du jour des débats dans l'industrie. Sur 250 rapports RSE d'entreprises des produits de la mer examinés, seuls deux disent porter un projet concret pour la promotion des femmes, moins de 10 mentionnent l'égalité F/H et font état de mesures visant l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

... et un contexte favorable pour s'y engager

Sous les pressions combinées d'appels pour le progrès des institutions internationales, d'un nombre croissant de femmes, d'ONG militantes, sans oublier l'influence positive d'entreprises sensibles à l'égalité, les segments de l'industrie (l'aquaculture, la pêche, la transformation des produits, les institutions qui les soutiennent) ne peuvent plus ignorer le problème.

En se basant sur les réponses au questionnaire, cette enquête a identifié trois actions pour briser le cercle vicieux des inégalités dans l'industrie des produits de la mer : augmenter la prise de conscience de toutes les parties prenantes sur les enjeux de l'égalité, inclure les hommes dans les débats autour de ces enjeux, et créer des occasions d'échange entre toutes les parties prenantes sur ces questions aussi complexes qu'importantes pour la santé sociale et économique d'un secteur.

- Les changements se produisent rarement par accident et **éveiller la conscience** sur ce sujet représente une étape indispensable dans la lutte pour l'égalité. Ceci peut prendre différentes formes. Par exemple, la formation des employeur.e.s et des employé.e.s est une initiative de base souvent suggérée par les répondant.e.s. Elle peut être organisée au sein des sociétés privées, d'associations ou d'institutions professionnelles. Les médias, organisateurs d'événements et autres influenceurs du secteur sont également invités à prendre leur responsabilité sur le sujet et à apporter leur contribution.
- **Cette enquête révèle que les hommes ont sur ces questions des avis fort différents des femmes et qu'ils ne voient pas l'acuité des problèmes.** Il est essentiel de les impliquer pour les informer/former à ces questions, tout d'abord parce qu'ils sont concernés en tant qu'acteurs interagissant avec les femmes et parce que ce sont eux qui en majorité occupent les postes d'influence. Il est intéressant de noter que lorsque l'on mentionne ce sujet aux hommes dirigeants d'entreprise ou d'institution, on distingue une nette différence dans leurs réactions suivant leur situation personnelle. S'ils ont des membres de leur famille dans l'industrie, une fille par exemple, ils se montrent très ouverts à la discussion. Il est essentiel que le débat se fasse en dehors de la sphère personnelle. Qu'ils soient pères ou non, les dirigeants masculins doivent comprendre les enjeux et bénéfices d'un changement de paradigme. Ces questions ne concernent pas exclusivement les femmes mais doivent être comprises comme une recherche d'équilibre de genre hommes / femmes.
- L'inégalité n'est pas une malédiction irrémédiable : pour stimuler des changements, il faut stimuler le dialogue sur l'égalité des sexes dans l'industrie des produits de la mer afin de **sensibiliser, d'informer, de partager les bonnes pratiques et de stimuler des initiatives progressistes.** Toutes les parties prenantes, y compris les organisations internationales, les institutions nationales, les entreprises privées, les associations professionnelles, les syndicats, les ONG doivent être autour de la table et aborder la question de l'égalité des sexes de manière pragmatique et constructive. Au cours de tels projets à grande échelle, des ponts avec des industries plus avancées pourraient être construits.

Les concepts-clés

EGALITE DES SEXES OU EGALITE FEMMES/HOMMES

Dans le cadre professionnel, l'égalité des sexes est le principe selon lequel les individus quel que soit leur sexe sont traités sans discrimination aucune, sans différence de traitement. Tout au long du rapport nous utilisons indifféremment égalité H/F ou égalité F/H.

LE GENRE

Ce concept fait référence aux comportements, rôles, statut social et aux droits (légaux et réels) des femmes et des hommes tels qu'ils sont organisés et justifiés par la société sur la base des différences biologiques entre les sexes. Cet arbitraire social est souvent défavorable aux femmes et produit des discriminations et des inégalités basées sur le genre. C'est un outil d'analyse de la division sexuelle du travail et de repérage des facteurs qui influencent, souvent différemment, les conditions d'accès des femmes et des hommes aux ressources (revenus, emploi, espace public, gouvernance, etc.) dans un contexte donné.

L'approche transversale du genre, aussi appelée approche intégrée du genre (gender mainstreaming en anglais), est une approche de planification qui permet de repérer et de tenir compte, de manière systémique et systématique, des différences et inégalités dans les réalités, besoins et enjeux auxquels les femmes et les hommes font face dans la vie sociale, le monde du travail ou l'espace public. Cette approche vise à intégrer la lutte contre les discriminations et les inégalités basées sur le genre à toutes les étapes du cycle des politiques, programmes et projets, de la formulation à l'évaluation.

LES STEREOTYPES

Les stéréotypes de sexe - genre - sont des représentations schématiques et globalisantes sur ce que sont, ne sont pas, devraient être ou faire les filles et les garçons, les femmes et les hommes. Ils cherchent à justifier la répartition des rôles sociaux traditionnellement assignés aux femmes et aux hommes en les « naturalisant », c'est à dire en les faisant paraître comme biologiques et naturels. Les stéréotypes de sexe sont des agents de la hiérarchie entre les femmes et les hommes, qui alimentent et outillent les discriminations et servent à légitimer, a posteriori, les inégalités.

LA DIVERSITÉ

La notion de diversité dans le monde du travail fait référence à l'égalité des chances et de traitement entre les personnes, sans discrimination liée aux origines, à l'orientation sexuelle ou de genre, ou encore au handicap. Elle inclut aussi la diversité des sexes dans des secteurs très masculins ou féminins. Un Label Diversité a été créé en 2008 qui vise à promouvoir la diversité dans le secteur public et le secteur privé.

L'ÉQUITÉ

Une démarche d'équité vise à combler des écarts induits par des inégalités ou discriminations pour arriver à l'équivalence des chances ou opportunités entre femmes et hommes. Une mesure équitable ne sera pas nécessairement égale : elle prendra en compte les différences ou désavantages de départ.

LA DISCRIMINATION

La discrimination consiste à défavoriser quelqu'un en raison de certaines de ses caractéristiques, identités ou de certains de ses choix personnels : limiter ou interdire l'accès d'une personne à un emploi, un logement, à des biens ou des services, à une formation. La loi définit 20 critères de discrimination (âge, sexe, apparence physique, religion, etc.). Les actions dites de « discrimination positive » font partie de l'arsenal des outils de l'équité.

LE DEVELOPPEMENT DURABLE

C'est probablement le concept le plus cité par les intervenants des produits de la mer. Il est entendu en tant que « développement durable environnemental » ou comme l'un des principaux buts fixés par les Nations Unies. Il requiert une gestion attentive des ressources marines. Cependant le développement durable inclut trois domaines interconnectés : l'environnement, l'économie et le social. Le pilier social du développement durable qui a reçu moins d'attention que ceux de l'environnement et de l'économie inclut les notions d'égalité de genre, et d'émancipation des femmes (SDG 5 pour les Nations Unies).

1. Les femmes dans l'industrie des produits aquatiques : une contribution majeure

1.1. Les femmes très présentes

On estime que les secteurs de la pêche et de l'aquaculture et toutes les activités connexes fournissent un emploi direct et des revenus à 200 millions de personnes [Banque mondiale 2012]. Si l'on considère l'ensemble de l'industrie et des travailleurs à travers toute la chaîne de valeur, les données statistiques globales désagrégées par sexe confirment qu'un employé sur deux est une femme [Banque mondiale 2012]. L'examen de la situation par segment le long de la chaîne de valeur révèle de grandes divergences.

Les femmes représentaient en 2012 plus de 15 % des employé.e.s directement engagé.e.s dans le secteur primaire de la pêche, avec un pourcentage dépassant les 20 % dans le secteur de la pêche en eaux intérieures [FAO 2014]. Ces chiffres n'incluent probablement pas les femmes employées au glanage des mollusques, crustacés, petits poissons et algues dans la zone entre les marées, en mer peu profonde et dans les récifs. Mis à part quelques initiatives marginales de recensement, leur nombre, effort de pêche et activités restent largement ignorés. Les femmes dominent en nombre dans l'industrie à forte main-d'œuvre de la transformation où elles représentent 85 à 90 % des salarié.e.s au niveau mondial [Banque mondiale 2010, FAO 2012]. Cette proportion varie d'un pays à l'autre, de 56 % en Europe [STECF 2012] à 90 % dans la transformation des crevettes en Inde [Dhanya 2013].

Les femmes jouent également un rôle crucial dans l'aquaculture où elles représentent globalement environ 70 % des employé.e.s. Cette proportion varie de 17 % pour l'élevage de la truite et du saumon en Norvège [Statistiques norvégiennes 2016], à 20 % en Europe et Afrique, 30 % dans l'élevage du saumon au Chili, 50 % en Zambie et 72 % en Asie [FAO 2014].

Les femmes sont présentes dans tous ces segments de l'industrie mais « absentes du processus décisionnel » [Monfort 2015]. Plusieurs études confirment que la même situation se retrouve dans plusieurs cultures. Harper qualifie la participation des femmes au niveau de la prise de décision dans le domaine de la pêche de « *minimale dans 4 pays sur les 5 étudiés (Pérou, Mexique, Afrique du Sud et Vietnam)* » [Harper et A. 2017]. La même observation de « *l'accès difficile aux instances décisionnaires pour les femmes* » a été faite en France en 2017 [Baelde et al. 2017].

Dans leur description de la situation dans l'aquaculture, Williams et Brugère expliquent : « *Dans les petites et moyennes entreprises de l'aquaculture, les femmes occupent le bas de l'échelle des salaires, voire ne sont pas payées. L'engagement des femmes diminue à mesure que la production s'intensifie. Elles atteignent rarement le niveau de direction* » [Williams, Brugère 2017].

1.2. ... mais une « industrie à dominante masculine. »

L'industrie des produits de la mer, qualifiée « à dominante masculine » par ses propres acteurs, dénote une construction hiérarchique genrée où la très grande majorité des postes décisionnaires est tenue par les hommes. Selon les calculs de WSI basés sur les sites internet des entreprises et sur la base de données Bloomberger, plus de la moitié (54 %) des 67 principales sociétés des produits de la mer dans le monde sont exclusivement dirigées par des hommes, sans la présence d'une seule femme ni au poste de direction ni au conseil d'administration. Dans le même échantillon, les hommes occupent 90 % des postes aux conseils d'administration [WSI 2017]. Une femme choisie comme directrice générale est un fait extrêmement rare. En 2015, une seule société des produits de la mer, sur les 100 plus grandes à travers le monde, était dirigée par une femme [WSI 2016].

Au cours de conférences internationales où les professionnel.le.s de l'industrie des produits de la mer ont la possibilité de faire valoir leurs compétences et de capter l'attention de leurs pairs, la proportion des hommes et des femmes parmi les intervenant.e.s est très déséquilibrée. Au cours de l'année 2017, l'analyse de 20 conférences a révélé que les femmes ne représentaient que 20 % sur un total de 820 intervenant.e.s [WSI 2018].

En 2015, le magazine en ligne « Intrafish International » a commencé une série d'interviews pour mettre en lumière des femmes professionnelles hautement qualifiées occupant des postes de direction. De même, à partir de fin 2017, thefishsite.com, autre média en ligne, a régulièrement interrogé des femmes travaillant dans l'aquaculture. Les questions posées aux femmes étaient très genrées : « *Avez-vous fait face à un défi particulier en tant que femme dans l'aquaculture ?* » [Thefishsite.com 2018] ou « *Quel est le conseil le plus stupide qu'un homme vous ait donné au cours de votre carrière ?* » [Intrafish 2015]. Il est intéressant de noter que jamais un homme ne s'est entendu demander « *Quels sont les défis pour un homme de travailler dans cette industrie ?* ». Les initiatives de ces deux grands journaux spécialisés corroborent implicitement que non seulement les femmes sont invisibles dans ces filières, qu'un effort particulier est nécessaire pour les mettre en lumière, et que par ailleurs dans l'exercice de leur métier les femmes sont soumises à des conditions différentes de celles de leurs collègues masculins. Lorsque la FAO, agence spécialisée des Nations Unies, lance un appel à candidature pour « *Renforcer le rôle des femmes et leur participation aux bénéfices le long de la chaîne de valeur de l'aquaculture* » [FAO 2018] l'organisme confirme explicitement que la distribution des bénéfices dans cette filière est inégale entre les femmes et les hommes.

1.3. L'industrie des produits de la mer a-t-elle un sexe ?

Les présidences des sociétés commerciales, les directions et conseils d'administration, les syndicats et organisations professionnelles sont dirigés en grande majorité par des hommes. Les postes peu qualifiés de ces filières sont en grande majorité tenus par des femmes. Comment expliquer cette distribution si genrée des métiers ? Requièrent-ils des capacités « naturelles » que l'autre sexe n'aurait pas, ou serait-ce le résultat d'une construction sociale imbriquée dans des contextes culturels sexistes? L'enquête ouverte par WSI a pour objet d'interroger les professionnel.le.s de l'industrie des produits de la mer sur leur perception de ces situations.



Where Are Women in the Seafood Industry?



2. Egalité de genre dans l'industrie des produits de la mer : où en sommes-nous ?

2.1. L'enquête de WSI

Pourquoi cette enquête ?

Les études anthropologiques et sociologiques traitant des questions de genre dans les filières pêche et aquaculture rendent évidente la complexité des relations hommes / femmes, les multiples aspects de la répartition des rôles, de pouvoir, de l'accès aux profits et aux ressources entre les deux sexes. Ces travaux de sciences sociales n'ont que très rarement été communiqués auprès des décideurs politiques et économiques. Ce manque de porosité entre ces différents univers a conduit la FAO à commanditer une étude sur « *Le rôle des femmes dans l'industrie des produits de la mer* » destinée aux responsables de ces filières [Monfort 2015].

L'un des principaux résultats de l'étude indiquait que globalement la quantité et la qualité des informations concernant la participation économique des femmes dans cette industrie sont encore insuffisantes, que l'information sur la disparité des rôles reste incomplète. Cette étude a aussi mis en évidence que la qualité des données ne dépend pas du niveau du développement économique des pays concernés. « *Les pays en voie de développement, tels que le Sénégal et l'Inde, disposent d'informations de relativement bonne qualité en raison de l'attention dont ces pays ont bénéficié de la part d'agences de développement sensibles aux questions de genre. En comparaison, il y a une carence de documents et de recherches décrivant la participation des femmes dans ces industries dans la majeure partie des pays développés.* » [Monfort 2015].

La présente enquête « Egalité de genre dans l'industrie des produits de la mer : où en sommes-nous ? » s'inscrit en continuation des travaux menés pour la FAO. Nous espérons que ce travail aidera à combler quelques lacunes, stimulera le débat et ouvrira la voie à des recherches plus poussées.

La méthode

L'enquête a été expérimentée dans le cadre du Salon International des Pêches qui s'est tenu en Islande en septembre 2017 et où les premiers entretiens en face à face ont été menés auprès des exposant.e.s et visiteurs-visiteuses du salon par Carmen Gonzáles García, Sofia Lorenzo et Mariana Toussaint de l'Université de Vigo en Espagne. Ce qui devait initialement être un outil pédagogique d'une portée limitée a reçu un tel écho auprès des premiers interlocuteurs que nous l'avons transformé en étude globale. Le questionnaire a ainsi été traduit en espagnol et en français et posté sur internet. Il a circulé via les réseaux de WSI avec le soutien de webzines (magazines publiés en ligne) : Undercurrent news, Intrafish, Aqua Chile, World Fishing, Seafood Source, Industrias Pesqueras, FIS, Alaska Fish Radio, The Fish Site, AquaAfrica, Skipsrevyen et Kyst.no.

Le questionnaire est resté en ligne d'octobre à décembre 2017. Les répondant.e.s étaient assuré.e.s de leur anonymat.

Nous sommes conscientes que le mode de dissémination du questionnaire, par internet et promu à travers les médias de la pêche et les médias sociaux, twitter y compris, a introduit un biais quant au public touché. Seul.e.s les professionnel.le.s ayant accès à internet y ont eu accès, écartant une grande partie des travailleurs hommes et femmes, y compris les plus vulnérables.

Les objectifs de cette enquête étaient triples.

- collecter les points de vue des professionnel.le.s sur la division genrée des emplois,
- détecter les barrières à l'égalité de genre,
- identifier de bonnes pratiques, en cours ou attendues et aider les leaders de la filière à opérer les changements en faveur d'une industrie moins discriminantes et plus inclusive.

L'enquête comprenait trois volets principaux. Dans un premier temps, les participant.e.s ont été invité.e.s à décrire leur secteur d'activité dans l'industrie, la taille de leur société, le département dans lequel ils ou elles travaillent, et la position qu'ils ou elles occupent. Ensuite, ils.elles devaient faire part de leur point de vue sur la façon dont l'industrie considère les femmes et sur la notion d'égalité professionnelle. La troisième partie focalisait sur les pratiques au sein de l'entreprise de chacun des répondant.e.s.

Il nous est apparu important de collecter les opinions des hommes autant que celles des femmes. Si le choix de cette méthode peut sembler évident, il faut pourtant noter que des enquêtes antérieures ne se sont adressées qu'à des femmes. Mais il n'a pas été facile d'attirer les hommes. Au bout de deux mois, alors que le taux de réponses des hommes était très faible, WSI a lancé plusieurs appels les ciblant spécifiquement. Au final, leur taux de participation s'est élevé à 29 % (203 réponses sur un total de 695).

Pourquoi une enquête au niveau mondial ?

Les récits des femmes pêcheuses provenant de pays aussi différents que le Sénégal, la Palestine, l'Inde, le Canada, la France et l'Australie nous frappent par la similitude de leurs expériences. Dans tous les cas, elles ont à lutter contre les discriminations sexistes, et il leur a fallu briser les stéréotypes et se battre pour imposer leur présence [WSI WATCH 2017].

Comme Margaret Maruani l'a documenté « *les écarts de salaire, la précarité, le chômage féminin, la ségrégation des emplois, la division sexuelle du travail prennent des formes différentes selon les pays, mais on les rencontre partout. De fait, un certain nombre de noyaux durs de discriminations existent sous toutes les latitudes, mais avec des déclinaisons bien diverses.* » [Maruani 2013].

Les travaux des scientifiques, y compris ceux décrivant la pêche et l'aquaculture, mettent en évidence que les valeurs patriarcales et les modèles de hiérarchie se ressemblent à travers le monde.

Les limites de l'enquête

La méthodologie et les outils de travail choisis pour conduire cette enquête ont leurs limites. Les enquêtes ne peuvent obtenir des informations « *qu'en réponse aux questions posées au préalable (...) Les choix opérés pendant la rédaction du questionnaire déterminent quels aspects des objectifs de l'étude seront analysés et comment ils seront mis en valeur. Ces choix induisent donc la nature des résultats obtenus.* » [Parizot, 2010]

La notion de genre est une notion très complexe et les filières pêche et aquaculture reposent sur un très grand nombre de métiers. Les activités sont nombreuses et les spécificités régionales multiples. Conscientes du défi périlleux de s'attaquer à ce sujet aux contours si hétérogènes, nous avons cependant considéré que le grand nombre des réponses valait à cette enquête d'être communiquée.

Cette enquête vient corroborer des observations faites par WSI et autres observateurs.trices de ces filières (importante inégalité H/F, manque de conscientisation du sujet, barrières spécifiques dans une culture discriminante) et suggère quelques pistes en vue d'un meilleur équilibre de genre.

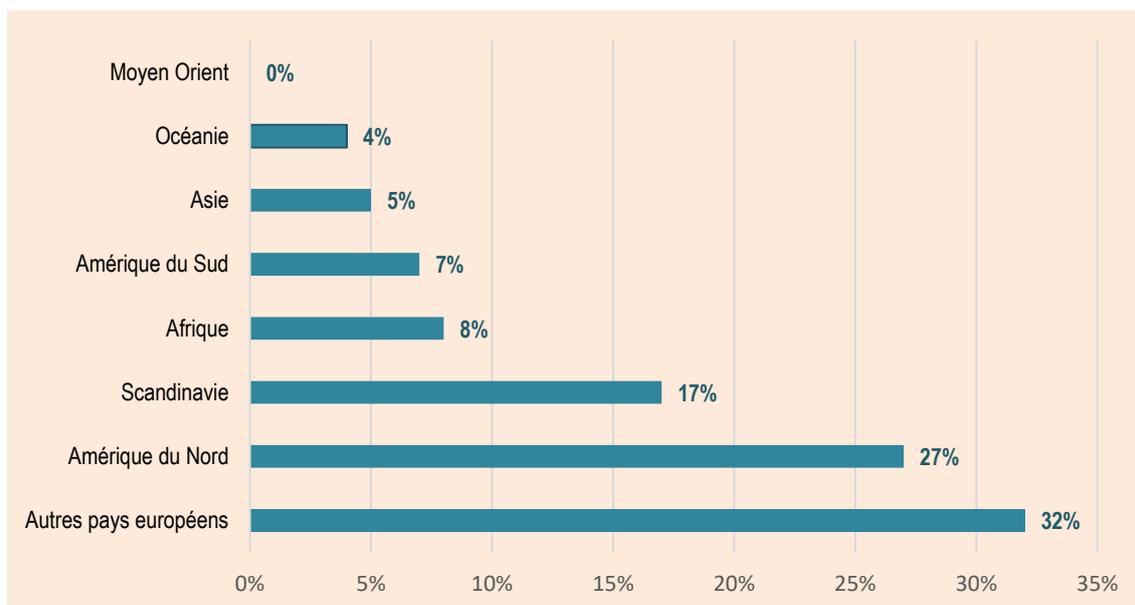
2.2. Les caractéristiques des répondant.e.s

Un total de 695 réponses a été obtenu, 71 % émanant de femmes, 29 % d'hommes.



Les réponses proviennent de tous les continents, bien que la distribution géographique des réponses reflète le réseau de WSI avec près de 50 % en provenance d'Europe.

Graphique 1. Provenance géographique des répondant.e.s

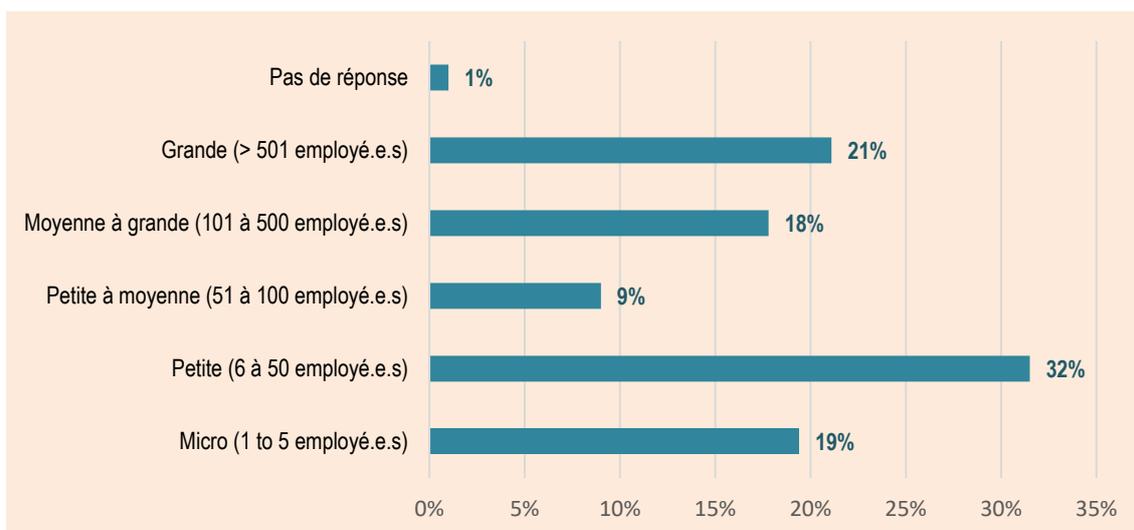


50 % de l'ensemble des répondant.e.s ont déclaré occuper un poste à responsabilité¹.

Le nombre de répondant.e.s de petites entreprises domine (32 % des réponses) suivi par celui de grandes entreprises (21 %). Le taux de réponses émanant de micro entreprises reste assez bas (19 %) au regard de l'importance de ces structures dans les secteurs de la pêche et de l'aquaculture.

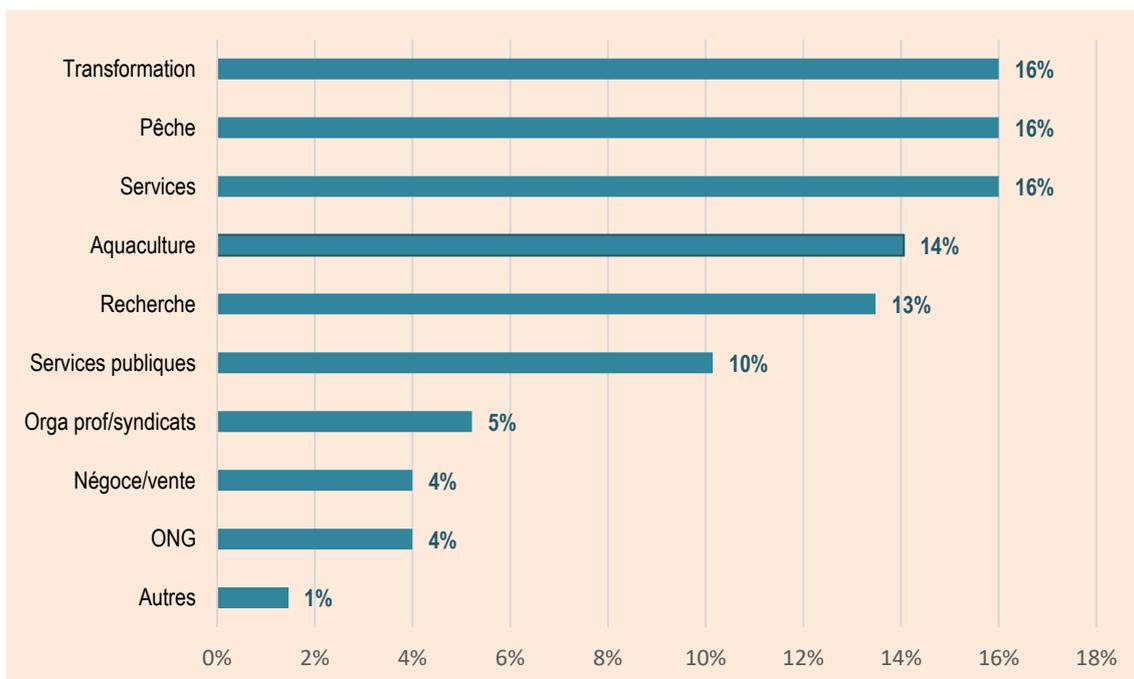
¹ L'enquête ne comprenait pas une définition précise de "poste à responsabilité", laissant à chaque participant.e la liberté d'évaluer sa position et son niveau de pouvoir.

Graphique 2. La taille des sociétés des répondant.e.s



L'industrie des produits de la aquatiques est organisée autour d'un vaste éventail d'activités y compris la pêche en mer ou en eau douce, l'aquaculture, la transformation, la gestion privée ou publique, l'administration locale, nationale, internationale, la défense des intérêts des parties prenantes.

Graphique 3. Répartition des répondant.e.s par secteur dans l'industrie



NOTE AUX LECTEURS ET LECTRICES

Tout au long de ce rapport des éléments qualitatifs furent utilisés en complément des résultats quantitatifs. Les intervenant.e.s pouvaient dans des questions ouvertes partager de façon anonyme leurs opinions ou savoirs sur ces sujets.

Les lecteurs et lectrices de ce rapport trouveront les commentaires personnels indiqués en italique suivis du secteur, du sexe, de l'origine géographique de l'entreprise. Nous ne pouvons, en vue d'une meilleure compréhension du sujet, isoler les commentaires de leur contexte culturel et de leur nationalité. Ainsi, les commentaires provenant de Norvège – pays très avancé en matière d'égalité - ne peuvent être comparés à ceux du Chili, où le sujet est à peine évoqué. Afin de mieux comprendre les écarts par pays, le tableau ci-dessous élaboré par le Programme de Développement des Nations Unies, illustre les positions de quelque pays où les activités de pêche et d'aquaculture sont importantes.

Tableau 1. Index égalité de genre pour quelques pays

Classment HDI	Pays	Indice Inégalité de genre	Taux de la population avec au moins une éducation secondaire		Taux de participation au travail	
			Femme	Homme	Femme	Homme
		2015	2005–2015	2005–2015	2015	2015
1	Norvège	0,053	96,1	94,6	61,2	68,5
10	United States	0,203	95,4	95,1	56,0	68,4
21	France	0,102	79,7	85,5	50,7	60,1
38	Chili	0,322	76,1	76,9	50,7	74,6
90	Chine	0,164	69,8	79,4	63,6	77,9
119	Afrique du Sud	0,394	73,7	76,2	46,2	60,2
131	Inde	0,530	35,3	61,4	26,8	79,1
162	Sénégal	0,521	10,2	19,2	45,0	70,2

Source: <http://hdr.undp.org/en/composite/GII>

L'Index de l'Inégalité hommes/femmes (GII) est le rapport de l'Index du Développement Humain (HDI) calculé d'une part pour les hommes, d'autre part pour les femmes tout en utilisant la même méthodologie que dans le HDI. Il s'agit d'une mesure directe de l'écart selon les sexes, exprimant le HDI femmes en pourcentage du HDI hommes. Le GII est un index d'inégalité. Il mesure la perte du développement humain potentiel et reflète le niveau d'inégalité de genre par pays. En général le GII reflète dans quelle mesure les femmes sont désavantagées dans des domaines particuliers.

3. L'industrie des produits de la mer : rôle inégal des hommes et des femmes

Ce chapitre rassemble les perceptions des professionnel.le.s sur le genre à partir des questions fermées qui leur ont été posées.

3.1. Des filières à forte mixité

Pratiquement tous les répondant.e.s (96,3 %) ont exprimé une opinion sur la composition des ressources humaines par sexe de leur entreprise. 62,4 % des répondant.e.s travaillent dans des entreprises où les femmes représentent 25 % à 80 % de l'emploi.

C'est un fait établi que les femmes sont largement représentées à travers la chaîne de valeur de l'industrie des produits de la mer.

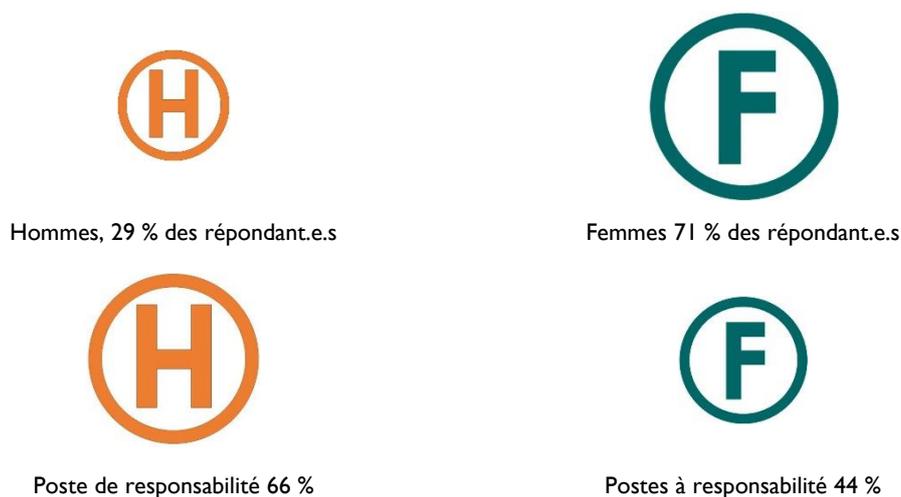
Tableau 2. Dans votre entreprise, quel est à votre avis le pourcentage des employées femmes ?

% de femmes	% répondant.e.s
<25 %	25,5 %
25 % à 50 %	36,5 %
50 % à 80 %	25,9 %
>80 %	8,3 %
Ne sait pas	3,0 %
Sans réponse	0,7 %

3.2. L'inégalité H/F : un fait reconnu dans toute l'industrie

L'échantillon des répondant.e.s offre un premier petit aperçu des inégalités : 66 % des hommes ont déclaré occuper un poste à responsabilité, contre 44 % des femmes. Les hommes de notre échantillon sont plus souvent en position de pouvoir que leurs collègues femmes.

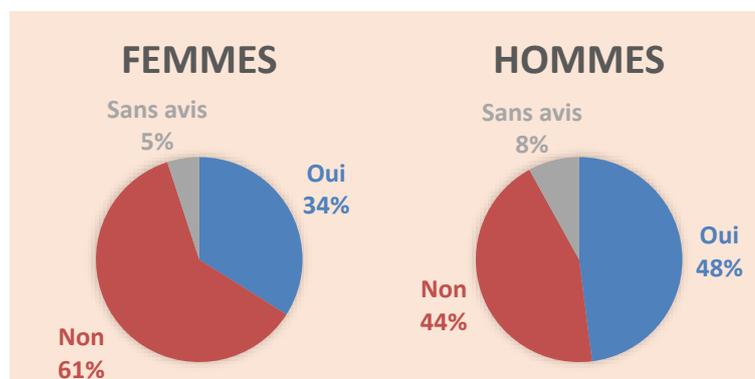
Graphique 4. % de répondant.e.s occupant un poste à responsabilité



Moins attirante, moins équitable pour les femmes

61 % des femmes et 44 % des hommes estiment que l'industrie est moins attirante et moins équitable pour les femmes. 34 % des femmes et 48 % des hommes considèrent qu'elle l'est autant pour les hommes que pour les femmes. 6 % sont sans opinion. La différence de perception entre les sexes est remarquable.

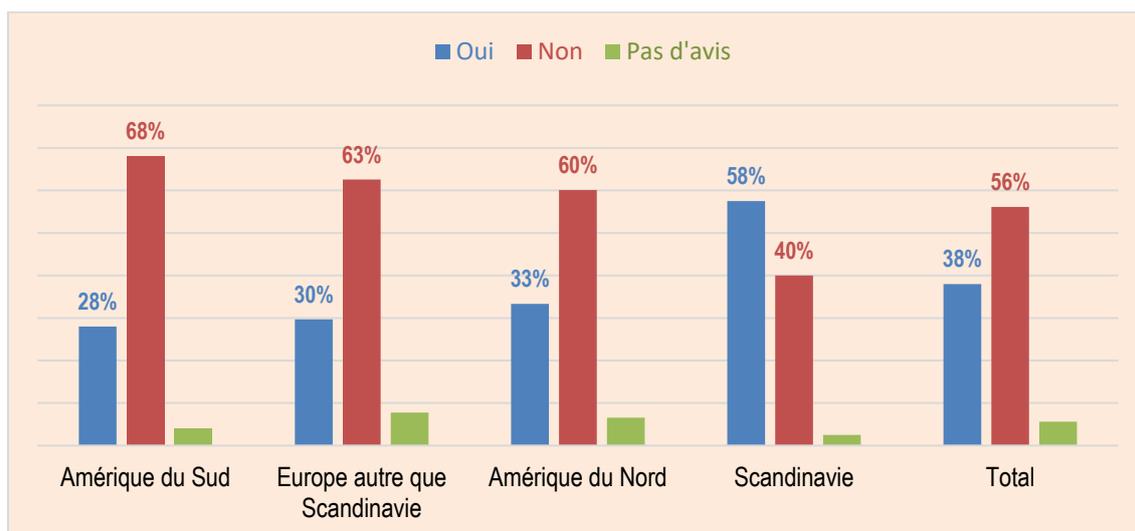
Graphique 5. L'industrie des produits de la mer est-elle aussi attirante et équitable pour les deux sexes ?



Le taux faible des réponses provenant d'Asie, d'Océanie et du Moyen Orient ne permet pas vraiment d'interprétation géographique.

Les résultats provenant des pays développés sont plus solides. Ainsi la Scandinavie se présente comme la seule zone où une majorité de professionnel.le.s considère que cette industrie est équitable et attractive pour les deux sexes, contrastant fort avec le reste de l'Europe et de l'Amérique du Nord. Ce résultat est en cohérence avec l'indice des Nations Unies qui classe le Danemark, l'Islande et la Norvège au sommet des pays proches de l'égalité des sexes.

Graphique 6. Diriez-vous que votre industrie est aussi attirante et équitable pour les femmes et les hommes ?

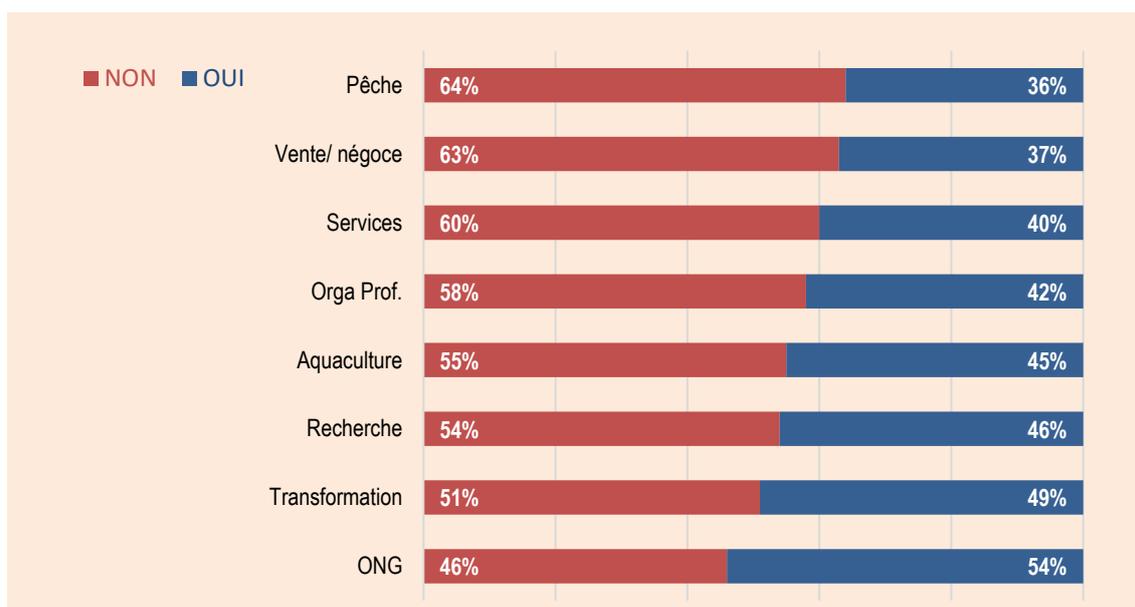


Question de genre : existe-t-il un débat au sein des entreprises ?

Une majorité des hommes et des femmes de ces industries reconnaissent un environnement inégal, mais est-ce un sujet débattu au sein des entreprises ? Nous avons demandé aux professionnel.le.s de l'industrie des produits de la mer si le sujet de l'égalité hommes-femmes était abordé dans leur entreprise. "Abordé" inclut un éventail de situations : depuis les discussions informelles entre collègues, jusqu'à l'inscription formelle dans la politique des ressources humaines (RH).

Globalement, 58 % des intervenants ont déclaré que le sujet n'était pas abordé dans leur entreprise. Ce pourcentage varie entre les secteurs, de 64 % dans les sociétés de pêche à 46 % dans le cas des ONGs.

Graphique 7. A votre connaissance, les questions de genre sont-elles abordées dans votre entreprise ?

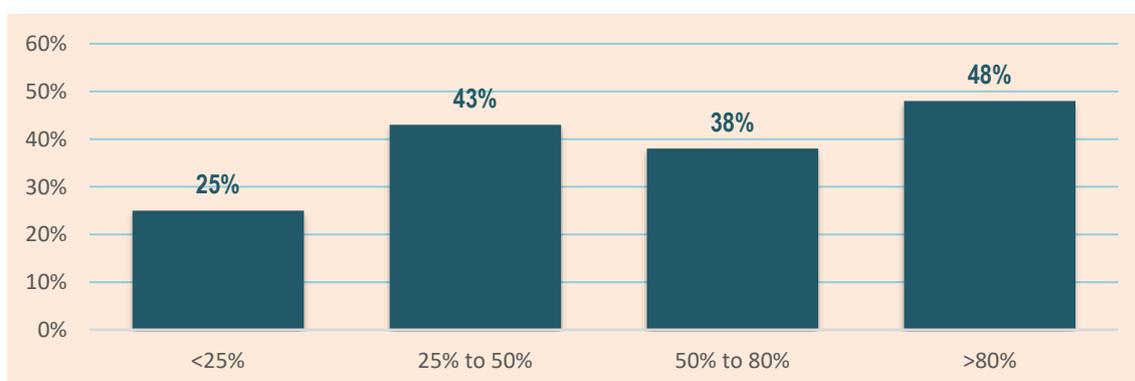


Le sujet fait l'objet de débats, d'échanges pour 41 % des répondant.e.s.

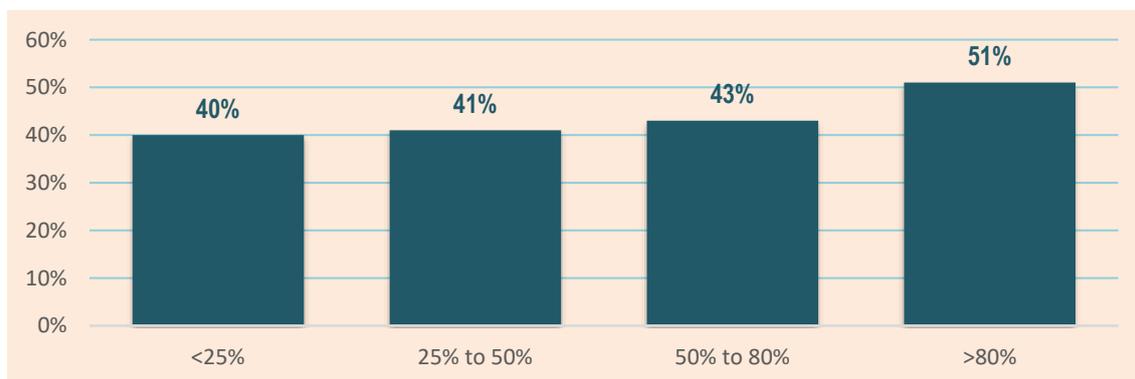
Le graphique 7 nous dit que l'intensité des débats concernant l'égalité de genre n'est pas directement liée à la présence de femmes, mais plus liée au degré de diversité hommes/femmes travaillant au sein de l'entreprise. Dans les entreprises fortement dominées par les hommes (moins de 25 % de femmes), telle la pêche, ce n'est pas vraiment un sujet (seulement dans 25 % des entreprises).

Au contraire, dans des entreprises où les femmes représentent 25 % à 50 % ou plus de l'ensemble des employé.e.s, le sujet est abordé dans environ 40 % des entreprises. Il apparaît que le sujet est abordé lorsque les comparaisons entre sexes sont possibles (les deux sexes sont représentés dans l'entreprise).

Graphique 8. Existence d'un débat au sein de l'entreprise sur les questions de genre en fonction du % des femmes employées



Graphique 9. Existence d'un débat sur les questions de genre au sein de l'entreprise en fonction du % des femmes cadres dans l'entreprise



Le graphique 9 nous informe que l'intensité du débat n'est pas proportionnelle à la présence de femmes occupant des postes à responsabilité. Il peut paraître étonnant que le débat ne soit guère plus actif dans les entreprises employant 50 % à 80 % de femmes cadres que dans les entreprises en employant 25 %. Comment l'expliquer ?

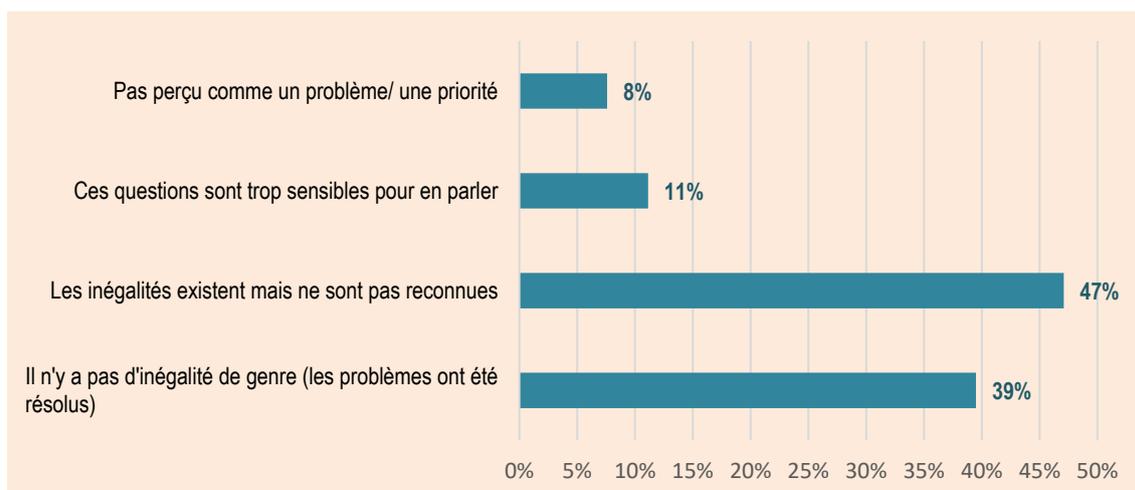
Pour certaines d'entre elles, les problèmes auraient été résolus en amont et elles auraient précisément ouvert leurs portes à des femmes cadres. Pour d'autres, les femmes occupant des postes à forte responsabilité peuvent adopter une attitude protectrice et refuseraient de participer au débat, préférant se fondre dans la culture dominante masculine sans poser ces questions. « [...] celles qui ne mentionnent jamais le caractère masculin de leur univers de travail ont adopté une stratégie évidente d'assimilation (tant sur le plan des codes vestimentaires que des attitudes et du langage) qui les place clairement du côté de la culture dominante, quitte à se désolidariser de leur catégorie d'appartenance. L'expérience de la minorité dans les directions techniques tend progressivement à l'invisibilité du genre et plus d'une femme affirme ne pas se penser en tant que femme et « ne pas se poser de questions. [...] Le poids de l'acceptation par les pairs est tel qu'elles doivent faire preuve de loyauté sans faire de l'ombre à leurs collègues, au risque de se voir rétrogradées du jour au lendemain. » [Guillaume, Pochic 2007].

Au total le sujet ne fait pas débat pour une forte majorité de répondant (58 %).

Parmi ceux et celles qui ont répondu qu'il n'y avait pas de débat, les réponses à la question « Pourquoi ce n'est pas un sujet discuté dans l'entreprise » étaient de deux types :

- 39 % des répondant.e.s pensent que cela est dû à l'absence d'inégalités, c'est-à-dire que le « problème aurait été résolu ». Les trois quarts de ces répondant.e.s sont originaires de pays développés (Europe, y compris la Scandinavie, et Amérique du Nord), pays où les lois encadrant les égalités de genre sont les plus abouties (cf. l'index de l'inégalité hommes/femmes) et la plupart sont des femmes. Les femmes sont en effet bien placées pour percevoir les changements.
- 60 % des répondant.e.s pensent que les inégalités H/F ne sont pas reconnues ou que le sujet est perçu comme trop sensible pour être abordé.

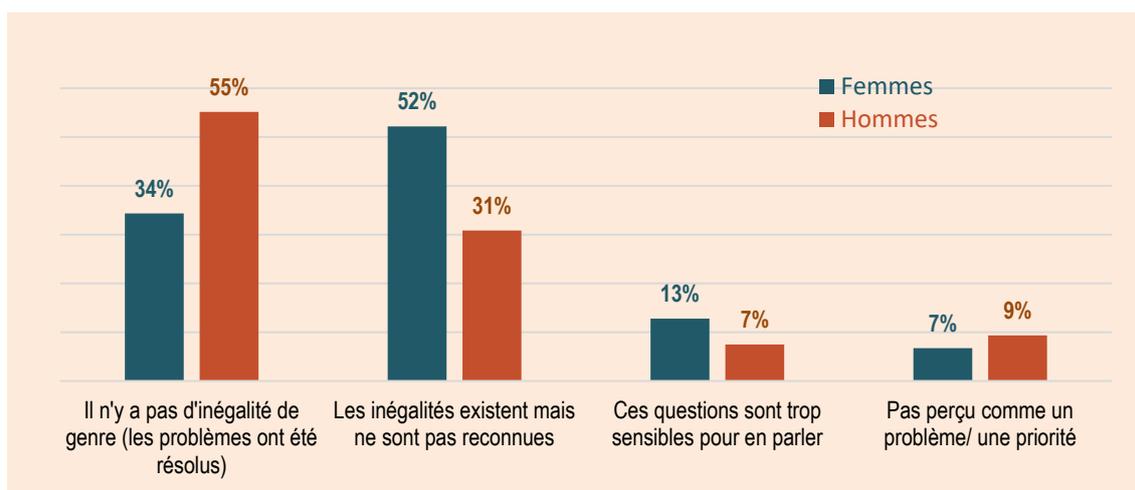
Graphique 10. A votre avis pourquoi n'en parle-t-on pas dans votre entreprise ?



Globalement, une grande majorité des femmes et des hommes considèrent que l'industrie n'est pas équitable entre les genres. Ce résultat est en accord avec celui d'une récente étude menée par Pews Research aux Etats-Unis : une majorité (63 %) des femmes disent que nombre d'obstacles continuent à rendre leur vie plus difficile comparé aux hommes. 34 % des femmes et 56 % des hommes disent que ces obstacles ont été éliminés [Fingerhut 2016].

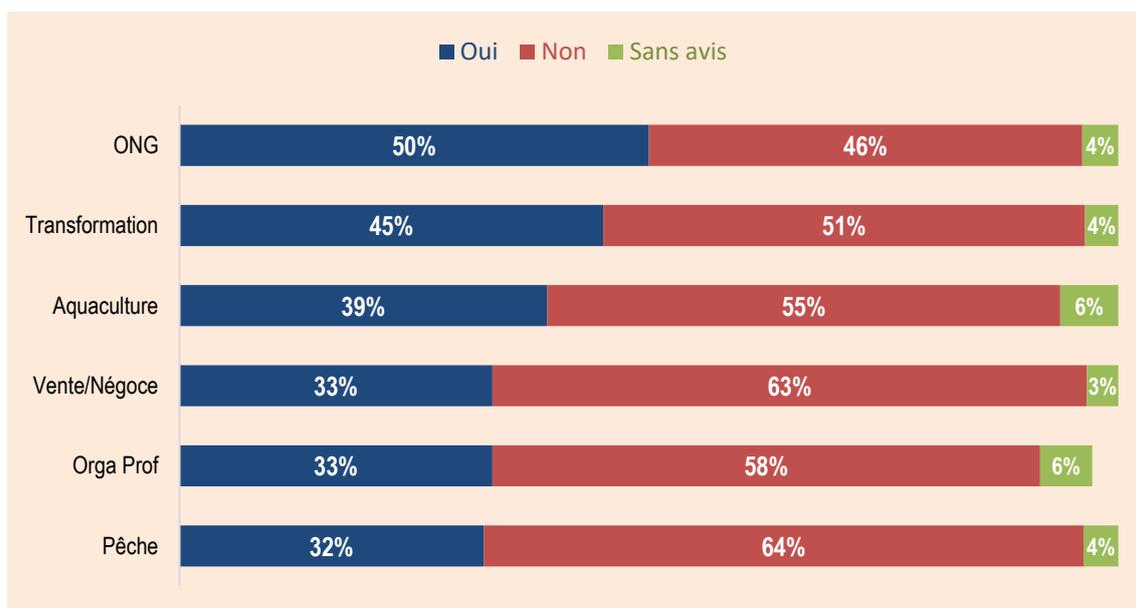
« Les problèmes ont été résolus » est un point de vue partagé par plus de la moitié des hommes (55 %) mais par seulement un tiers des femmes (34 %). Près de la moitié des répondant.e.s (47 %) estiment qu'un manque de reconnaissance des inégalités explique le silence des entreprises à ce sujet.

Graphique 11. A votre avis pourquoi n'en parle-t-on pas dans votre entreprise ? Réponse par sexe.



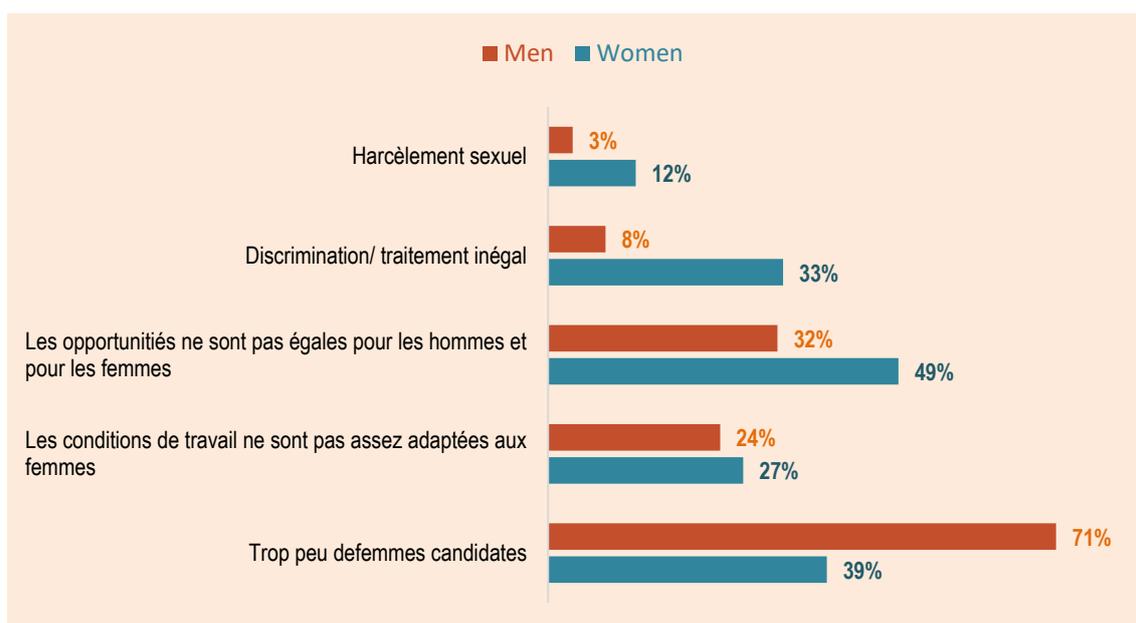
En explorant les données par secteur, les réponses négatives indiquant que l'industrie n'est pas équitable pour les femmes dépassent les réponses positives, sauf dans le cas des ONG. Notons au passage une différence de près de 10 points entre la pêche (non équitable pour 64 % des répondant.e.s) et l'aquaculture (non équitable pour 55 %).

Fi Graphique 12. Diriez-vous que votre industrie est également attirante et équitable pour les femmes et pour les hommes?



Sujets en débat dans l'entreprise

Graphique 13. Quelles sont les questions de genre dont vous parlez dans votre entreprise ?



Discriminations H/F

A la question « Quelles sont les questions de genre dont vous parlez dans votre entreprise ? » la discrimination au travail a été citée par 33 % des femmes, et 8 % des hommes. Ci-dessous, quelques témoignages de femmes à propos de discrimination :

- *Il y a toujours eu relativement peu de femmes dans l'industrie [de la pêche], ainsi celles qui y entrent sont plus jeunes. C'est souvent utilisé comme une excuse **pour leur attribuer les emplois les moins intéressants** et éviter de réfléchir ou prendre des actions pour s'attaquer sérieusement aux discriminations sexuelles. (ONG, Femme, Europe autre que Scandinavie)*
- *Lorsque je dirige nos employé.e.s, on me reproche souvent un comportement « de garce », ce qui n'est jamais ni mon ton ni la façon dont j'aborde notre équipe. Mais si un homme dirige une équipe dans les mêmes conditions, on lui permet d'être ferme et sévère, sans que cela pose problème. (Pêche, Femme, Amérique du Nord)*
- *Je travaille avec de nombreuses compagnies extérieures et dois souvent faire face à des préjugés lors de salons professionnels ou lors de rencontres en face à face. On me considère fréquemment comme **moins intelligente**, manquant de compréhension du sujet ou encore comme **objet sexuel** plutôt que comme quelqu'un dans une position d'autorité. Le préjugé de tant d'hommes dans l'industrie considérant qu'une jeune femme soucieuse de son apparence physique n'est là que pour faire de la figuration, pour faire « jolie », domine dans la plupart des salons professionnels auxquels j'ai pris part. Je crois fermement que s'efforcer de mettre en avant les femmes fortes, intelligentes ainsi que les femmes qui progressent dans l'industrie, aiderait beaucoup à changer cette mentalité vers une meilleure acceptation. **Il est tellement plus difficile pour une femme d'avancer quand elle doit lutter contre ces préjugés.** Si nous étions nombreuses et prenions plus souvent la parole, ceux qui pensent que les femmes ont peu d'importance comprendraient en quoi ils ont tort. Mais cela demandera encore beaucoup d'efforts pour lutter contre **le préjugé culturel considérant les femmes comme « incapables » d'occuper « comme un homme » une position de dirigeante** (dans l'ensemble de l'industrie, pas seulement dans les bureaux). (Vente/négoce, Femme, Amérique du Nord)*

Le harcèlement sexuel

12 % des femmes qui font état de discussions sur l'inégalité H/F dans leur entreprise citent le harcèlement sexuel comme sujet de discussion.

- *J'ai déposé une plainte auprès du Garde des Sceaux pour signaler la mauvaise gestion de ma plainte pour harcèlement sexuel lorsque j'étais à mon dernier poste. Le **harcèlement sexuel** reste omniprésent dans les services administratifs de cette industrie. (Services, Femme, Amérique du Nord)*
- *Nous avons un comité traitant le **harcèlement sexuel**, mais cela ne règle pas le problème. (Aquaculture, Femme, Amérique du Sud)*

- *Nous avons besoin d'une **formation concernant le harcèlement sexuel** dans ma compagnie. (Négoce, Femme, Amérique du Nord)*
- *Il a été récemment établi la nécessité d'une **formation obligatoire contre le harcèlement sexuel** (tutoriel en ligne). (ONG, Femme, Amérique du Nord)*

Notons que la plupart des répondant.e.s citant le harcèlement sexuel comme un des sujets discutés au sein de leur entreprise sont issu.e.s de pays développés. Mais le harcèlement sexuel dans l'industrie des produits de la mer a souvent été signalé par des associations de défense de droits humains (la National Guestworker Alliance par exemple) et par des chercheurs comme un fléau existant dans de nombreux pays quel que soit leur niveau du développement économique. Les situations d'abus sexuel ont été principalement observées là où les employées sont rendues vulnérables par absence de contrat de travail ou de protection légale. La rareté de la matière première est aussi une cause d'abus de pouvoir exercé par des fournisseurs de poissons sur les femmes qui en dépendent.

Il est régulièrement rapporté que lorsque l'accès au poisson pour les mareyeuses ou commerçantes est soumis à la bonne volonté d'un agent ou d'un pêcheur, l'abus de pouvoir et l'exploitation prennent souvent la forme de violence sexuelles. Comme le dit Meryl Williams : « *Le temps est venu de s'attaquer ouvertement à l'exploitation et à la violence contre les femmes dans le secteur de la pêche* » [Williams, M 2017].

Opportunités inégales tout au long des carrières

Pour une femme sur deux (49 %) et pour près d'un homme sur trois (32 %) la raison principale qui provoque des débats sur l'égalité F/H dans leur entreprise serait l'inégalité en matière d'opportunités et de possibilités d'avancement dans leurs carrières.

- *Dans la pêche américaine du Pacifique Nord, les femmes sont bien représentées aux postes de direction des associations de pêcheurs, consultant en logistique, observatrices à bord des navires ou analystes de données scientifiques. Il n'en demeure pas moins qu'elles restent **sous représentées dans les conseils d'administration, les comités scientifiques et les comités professionnels**. (Recherche/Universitaire, Homme, Amérique du Nord)*
- *Les services rendus par les femmes sont ignorés par les collègues masculins dans mon département. Ceci crée une forte pression mentale sur nous et conduit à des déceptions. La masse des employés étant à dominante masculine chez nous, nos problèmes sont peu pris en considération et le plus souvent ignorés. (Services, Femme, Asie)*

Plafond de verre

Marilyn Loeden ! Ce nom ne vous dit peut-être rien mais vous avez entendu parler du « plafond de verre », une expression qu'elle utilisa pour la première fois à la fin des années 70 pour définir la barrière invisible qui empêche les femmes de grimper dans les hiérarchies professionnelles. L'introduction de ce concept a aidé à faire comprendre que les « insuffisances » des femmes souvent mises en avant n'étaient pas la raison de leur absence à des postes de direction : des raisons culturelles et non pas personnelles étaient et en sont toujours la première cause.

« De nombreuses recherches éclairent certains aspects du « plafond de verre », conséquence du poids des normes et des pratiques organisationnelles que doivent affronter les femmes dans ces véritables « bastions masculins ». Ainsi l'ensemble de ces recherches permet-il de rapprocher la situation des femmes cadres [...], confrontées à des processus formalisés « neutres » (recrutement sur la base du diplôme ou du concours, critères de promotion et de performance, exigences de mobilité), mais, de fait, soumises aux normes d'une culture de travail « masculine » ou « virile » (disponibilité totale, modèle idéal du manager [...]) et/ou à des pratiques « informelles » de recrutement, de promotion (processus de cooptation, appartenance à des réseaux, soutien de mentors) tendant le plus souvent à favoriser les hommes. Les cas minoritaires de quelques « femmes exceptionnelles » très visibles permettent aux organisations concernées de mettre en avant cette féminisation –et de s'en prévaloir– sans que soit menacé pour autant l'« équilibre » masculin de l'organisation. » [Laufer 2013]

4. Les obstacles en matière d'égalité H/F

Les réponses aux questions fermées et les commentaires obtenus avec les questions ouvertes montrent clairement que le manque de conscience et de compréhension de ces sujets par les leaders de l'industrie rend le sujet de l'égalité F/H invisible. Les témoignages montrent aussi clairement que des biais dans les pratiques managériales font obstacle à l'égalité des sexes.

4.1. Manque de reconnaissance du problème

Nous avons vu précédemment que 58 % des répondant.e.s ont déclaré que ce sujet n'en était pas un dans leur environnement professionnel. A ces personnes nous avons demandé les raisons de ce silence. Pour 39 % des répondant.e.s, la question ne se pose pas car ils.elles considèrent qu'il n'y a pas d'inégalité H/F.

4.2. Qu'est-ce qui empêche de considérer l'inégalité F/H comme un problème ?

Le sujet n'est pas considéré comme une priorité

Les caractéristiques et problématiques des populations diffèrent d'un pays à un autre et il nous a été rapporté que dans les pays tels que les Etats-Unis ou l'Afrique du Sud, assurer la diversité raciale est prioritaire.

- *L'inégalité entre les sexes n'est pas retenue, l'attention est plus concentrée sur la **diversité raciale**. (Services Publics, Femme, Amérique du Nord)*
- *Le contexte d'équité dans le domaine de la recherche marine en Afrique du Sud se **concentre plus sur la race que sur le sexe**, bien que le sexe en fasse également partie. Ce qui fait que les initiatives de transformation dans la recherche marine sont plus concentrées sur le profil racial de la cohorte scientifique que sur le seul profil sexué. Le meilleur exemple à ce sujet est l'identification et l'avancement des femmes noires dans les sciences halieutiques au niveau du troisième cycle, et le nombre croissant d'étudiantes noires participant à nos initiatives ciblées de progrès. (Institution Académique, Femme, Afrique du Sud)*

Dans l'industrie des produits de la mer en particulier, certaines questions ont été davantage abordées, telles que les conséquences environnementales causées par cette activité. De nos jours, il est rare de trouver une entreprise de produits de la mer qui n'intègre pas la protection de l'environnement marin à minima dans ses discours ou mieux par quelques mesures concrètes.

Dans la pratique, les préoccupations environnementales éclipsent d'une certaine manière les questions sociales comme l'inégalité entre les sexes.

Les objectifs de profit sont également perçus comme prioritaires par certain.e.s.

- *Trop occupés à faire un profit. (Pêche, Homme, Scandinavie)*
- *Les gens sont trop occupés pour prendre en considération ce genre de problème. (Services publique, Femme, Amérique du Nord)*
- *Une société commerciale est sensée faire des profits, pas de corriger les inégalités sexuelles. (Aquaculture, Homme, Amérique du Nord)*

Ces commentaires tendent à être en contradiction avec l'idée largement répandue que la diversité et l'égalité de genre accroissent les profits des entreprises [Catalyst 2007, Mc Kinsey 2010, Turner 2017].

Certain.e.s répondant.e.s conçoivent l'attention prêtée à l'égalité de genre comme contraire aux principes de la méritocratie, par lesquels les choix des employeurs devraient rester objectifs et être guidés par la seule valeur du candidat indépendamment de son sexe. Une discrimination sexuelle positive n'est pas toujours bien perçue.

- *Etant donné qu'il n'est pas dans la nature de notre entreprise de favoriser les hommes en tant que tels, mais de considérer hommes et femmes en fonction de leurs qualifications, je ne pense pas qu'il soit positif de se concentrer sur la question d'égalité de genre. (Aquaculture, Femme, Scandinavie)*
- *Nous nous concentrons sur la compétence et les aptitudes personnelles plutôt que sur le genre. (Aquaculture, Femme, Scandinavie)*
- *La question est d'attirer des personnes vers l'industrie per se, ce n'est pas une question de sexe. (Services publics, Femme, Europe autre que Scandinavie)*

Le principe de la promotion reposant sur le mérite est fondé sur l'hypothèse qu'une évaluation objective est possible, hypothèse pourtant très discutable. De nombreuses études ont démontré que les pratiques méritocratiques échouent souvent à évaluer de façon objective et que les normes genrées continuent d'influencer l'évaluation de qui est méritant et de qui ne l'est pas [cf. encadré 2, Powell 2016].

Un problème de femmes

Un autre élément qui renforce les malentendus est que parler d'égalité de genre dans l'industrie des produits de la mer est encore très généralement considéré comme un problème de femmes. Ainsi, considérant que seules les femmes sont concernées, les hommes ne prennent pas part au débat. Ce manque d'intérêt des hommes pour les questions de genre les amène à prêter peu d'attention au problème et les dispense d'appréhender leur propre rôle en la matière.

Le commentaire suivant est un exemple clair de leur manque d'intérêt sur ce « problème de femmes » :

- *Pourquoi poursuivre (la notion d'égalité de genre) si les femmes ne s'y intéressent pas.*
(Aquaculture, Homme, Amérique du Sud)

Dans le monde des sciences sociales, les recherches sur les questions de genre dans l'industrie des produits de la mer sont surtout le fruit de femmes scientifiques. Lors de conférences internationales rassemblant les décideurs et décideuses de l'industrie, les réunions traitant des questions sociales sont marginales et celles des questions de genre inexistantes. Tout au plus des réunions spécifiques consacrées aux femmes cadres et organisées en marge de l'évènement principal attirent presque exclusivement des femmes.

Le séminaire « Women in seafood », organisé par Intrafish à Seattle en juin 2017, a réuni une centaine de femmes hautement qualifiées pour seulement une poignée d'hommes. Le même évènement reconduit à Bergen en mars 2018 a obtenu les mêmes résultats. En juin 2018, parmi les 90 spécialistes qui ont assisté au séminaire en ligne organisé par le média Seafood Source au cours duquel nous avons présenté les résultats de cette enquête, seuls 10 % des participant.e.s étaient des hommes.

Il est pourtant crucial que les hommes prennent part à la discussion, d'une part au regard de la dimension interrelationnelle F/H des questions de genre et d'autre part et, très pragmatiquement, parce que les hommes disposent presque seuls du pouvoir de provoquer les changements. L'inégalité entre les hommes et les femmes ne doit pas rester "une lutte pour les femmes par les femmes" et comme le conseillent fortement les Nations Unies dans leur programme « He for She » les hommes doivent prendre part au débat.

Une répondante souligne précisément ce point :

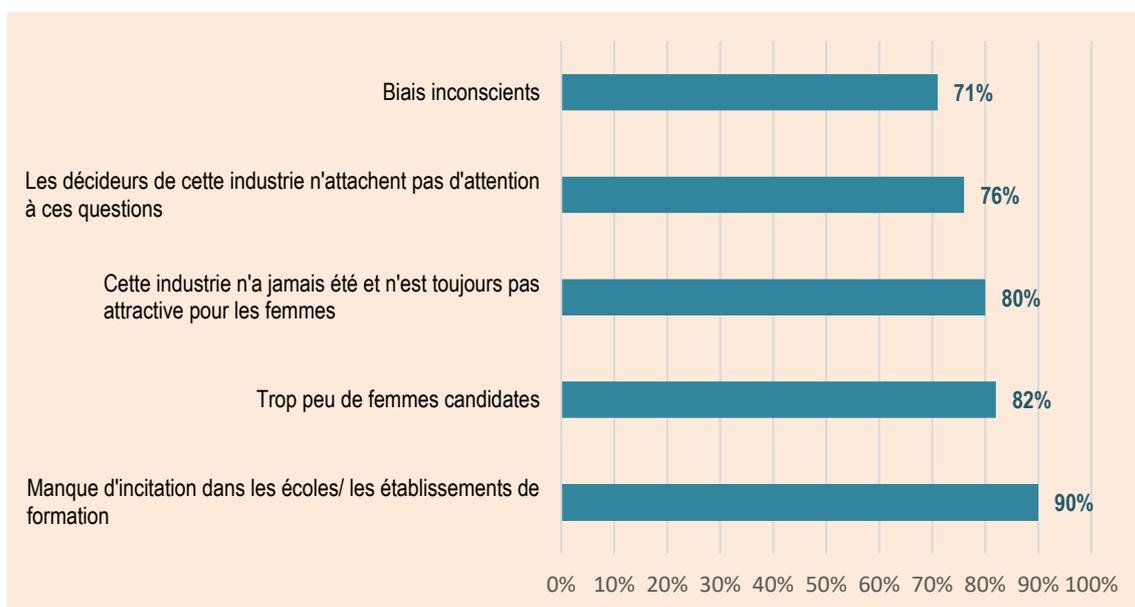
- *Nous avons bien un réseau de femmes, nous y débattons de différents aspects, nous avons aussi un comité qui en discute. Le problème est que les hommes ne sont pas inclus dans le débat, et que le fond du problème n'est ni étudié ni résolu.* (Services, Femme, Scandinavie)

4.3. Les facteurs reproduisant les inégalités

L'enquête a mis en lumière les facteurs qui reproduisent les inégalités dans les filières des produits de la mer.

Parmi les principaux freins à l'égalité cités par les répondant.e.s, il y aurait un "manque d'incitation au niveau scolaire" (90 % des réponses), "trop peu de candidates" (82 %), et l'industrie "secteur n'est pas attractive pour les femmes" (80 %).

Graphique 14. Les éléments ci-dessous constituent-ils une barrière à l'égalité dans votre industrie ?



Manque d'incitation au niveau scolaire

Pourquoi une jeune femme ne serait-elle pas intéressée par une carrière dans les univers de l'élevage des poissons, de la pêche, ou de l'environnement maritime?

De solides préjugés sexistes plus ou moins conscients mais largement partagés influencent les orientations professionnelles des jeunes femmes. Sans doute la méconnaissance de ces secteurs des conseiller.e.s d'orientation ne facilite pas le fléchage des candidates vers les métiers maritimes. En conséquence, les femmes, le plus souvent inconsciemment, ne s'inscrivent pas dans certaines formations spécialisées.

En 2012, seules 8 femmes parmi les 180 étudiant.e.s étaient inscrit.e.s à l'Ecole Islandaise des Ingénieur.e.s de la Marine [Willson, 2015]. En Tasmanie, entre 2010 et 2015, les femmes représentaient 6 % des 6 431 inscrits aux formations de l'industrie des produits de la mer [Conseil de l'industrie des produits de la mer, Tasmanie, 2017]. D'après le directeur Norvégien de l'Education, en 2017 sur 208 étudiant.e.s dans le secteur de l'élevage des poissons, on ne comptait que 60 jeunes femmes. Au cours de la même année, en Norvège la pêche en eaux profondes attirait encore moins de femmes, avec 8 candidates sur 114 [WSI SEAFOOD WATCH 2017]. Au Chili, en 2016, parmi les 31 196 femmes inscrites à des études techniques, seulement 273 avaient choisi et obtenu un diplôme dans un métier maritime (marine marchande, pêche, aquaculture, opérations portuaires, etc.) (Centro de Estudios MINEDUC, 2016).

Les dirigeant.e.s de l'industrie ne prêtent pas attention aux questions d'égalité

76 % des répondant.e.s (85 % des hommes, 73 % des femmes) considèrent que le manque d'attention des dirigeant.e.s de ces industries est un vrai frein à l'égalité. L'absence d'intérêt des leaders sur le sujet signe son statu quo sans aucune évolution en vue. Mais d'une certaine manière, considérer que les inégalités sont dues à l'absence d'intérêt que leurs portent les dirigeant.e.s est une remarque encourageante : elle dit implicitement que le problème pourrait être résolu si ils et elles s'y intéressaient..

Entretiens de recrutement biaisés par des biais inconscients

Une grande majorité des répondant.e.s considèrent que le processus de recrutement est influencé par un biais inconscient des recruteurs reflétant leur différence de perceptions et d'évaluation selon le sexe des candidat.e.s, à qualification identique. (Cf. encadré 2).

De multiples études ont souligné les partis pris en défaveur des femmes postulant à des postes habituellement tenus par des hommes. Ce biais est profondément ancré « *dans notre histoire, environnement culturel et dans nos expériences. Nous pouvons même ne pas être conscients de ces perceptions et opinions, pas plus que de leurs conséquences* » (Equality Challenge Unit, 2016).

Pour en revenir à notre enquête et à l'industrie des produits de la mer, un nombre significatif des répondant.e.s (71 %) reconnaît qu'effectivement un parti pris inconscient s'oppose au principe d'égalité. Il est important de noter que dans la mesure où il s'agit précisément de biais inconscients, il n'est pas exclu que certain.e.s répondant.e.s n'étant pas conscient de ce problème, n'aient pu signaler cette barrière.

- *Les dirigeants hommes choisissant d'autres dirigeants hommes plutôt que des femmes à qualification égale voire supérieure.* (Organisme professionnel/syndicat, Femme, Amérique du Nord)
- *J'estime que ma compagnie s'inscrit exactement dans cette catégorie qui choisit sur la base de biais inconscients* (Recherche/Universitaire, Femme, Amérique du Nord)
- *(Nous devrions conduire) des ateliers au sujet des biais inconscients.* (Service publique, Femme, Amérique du Nord)

Quand Howard est engagé et Heidi ne l'est pas

Dans un livre fascinant : *“L'égalité des genres : Ce qui marche”* au chapitre *“Les biais inconscients sont partout”* Iris Bohnet, économiste, professeure à l'Université de Harvard et auteure de nombreux livres et articles nous présente l'histoire de Howard et Heidi. Un homme et une femme jouant des rôles d'entrepreneur.e.s capitalistes aux compétences et expériences rigoureusement identiques ont été présenté.e.s aux étudiant.e.s d'une école de commerce et à des étudiant.e.s niveau Master pour ce faire évaluer. Le candidat masculin a toujours été retenu comme étant le plus compétent et le plus intéressant, par comparaison avec la candidate. Ceci révèle que “dans l'esprit des étudiant.e.s le prototype du candidat dirigeant est masculin”. Si des femmes comme Heidi prouvent qu'elles sont aussi compétentes qu'un homme elles ne correspondent plus à l'image de “la femme idéale.” Iris Bohnet poursuit “Le préjugé en faveur d'un sexe” ne se retrouve pas seulement lorsqu'il s'agit d'embaucher des dirigeants, il est “omniprésent” (Bohnet 2016).

L'histoire “emblématique” de l'Orchestre symphonique de Boston nous offre une autre illustration des décisions prises par les recruteurs dans leurs efforts de surmonter leurs préjugés en matière de sélection. Dans les années 1950, l'orchestre avait demandé à ses musicien.ne.s d'auditionner derrière un paravent afin d'éviter que le jury ne vote en fonction du sexe. Dans les années 70 et 80, de plus en plus d'orchestres adoptèrent ce même procédé de recrutement. Ce simple changement dans le mode de sélection a généré une augmentation significative du nombre de musiciennes recrutées. « *Entre les deux procédés, nous trouvons une prise de conscience, un paravent, et au final une décision prise en fonction du talent et non plus du sexe* » [Goldin, Rouse 2000].

Le manque de candidates

Pour 83 % des répondant.e.s l'industrie est caractérisée par un manque de femmes candidates, ce qui expliquerait en partie l'absence d'égalité F/H en nombre. Considérant les chiffres donnés en début d'ouvrage, avec 50 % des travailleurs de la mer étant des femmes, cet item semble contradictoire. Nous pouvons alors assumer que les répondant.e.s réservaient leurs réponses aux postes de cadres hautement qualifiés. Dans ce cas, pourquoi les femmes cadres ne choisiraient-elle pas l'industrie des produits de la mer? Certaines hypothèses étaient implicites dans les commentaires : les femmes formées et éduquées peuvent choisir le secteur dans lequel elles pourraient faire carrière. "Une industrie à dominante masculine" peut ne pas les attirer, pas plus qu'une industrie où persistent les sanctions réelles et symboliques liées à la maternité, les difficultés à concilier travail et vie de famille, la ségrégation silencieuse où le sexisme du "club masculin" des dirigeants perdure.

- *La grande majorité de l'équipe dirigeante et la plupart des employé.e.s est encore représentée par des hommes. Nous n'avons aucune politique de maternité, ce qui m'a presque découragée de prendre le job. (Transformation, Femme, Amérique du Nord)*

Les conditions de travail

« Les conditions de travail non adaptées pour les femmes » et « l'inégalité de l'emploi à la fois pour les hommes et les femmes » étaient les deux principaux facteurs évoqués pour caractériser les discriminations F/H. Dans les commentaires des répondant.e.s reviennent de manière récurrente les thèmes de la répartition du temps de travail et du temps alloué à la vie de famille entre les deux sexes. Universellement (sauf exception) le temps consacré à la famille et aux enfants incombe aux femmes plus qu'aux hommes, portant en soi un ensemble d'inégalités entre les sexes. Les recherches prouvent par exemple que « Plus le nombre d'enfants augmente, plus la carrière de l'homme s'envole et plus celle de la femme se restreint. Le problème de la "conciliation" entre le travail et la famille ne se pose pas pour les hommes, puisque ces derniers assurent une part restreinte du travail domestique. Le modèle du travail à temps plein reste strictement masculin » [De Singly, 2013].

Plusieurs répondant.e.s ont mentionné que les métiers en extérieur n'offrent pas des "conditions de travail adaptées pour les femmes." L'exemple emblématique du travail "exercé dans des conditions pas adaptées aux femmes" est bien celui du pêcheur. Les préjugés voire les tabous profondément ancrés dans la plupart des pays, sont pourtant invalidés par de nombreux exemples de femmes marins rencontrés dans tous les pays du monde [WSI WATCH 2017].

Quelques vidéos de femmes marins sont disponibles ici : womeninseafood.com/videos-2018.

« L'industrie ne serait pas attirante pour les femmes »

80 % des répondant.e.s (83 % hommes, 79 % femmes) ont choisi l'item « cette industrie n'est pas attirante pour les femmes » pour expliquer l'inégalité H/F en nombre. Mais d'où sort donc cette « croyance » ? Serait-ce ici une spécificité de ces filières ? Propagée par qui ? Par leurs dirigeants, par les femmes elles-mêmes ?

Cette affirmation semble ne concerner que les femmes qui auraient le loisir de choisir cette industrie plutôt qu'une autre et qui pourraient prétendre à des positions de cadre intermédiaire ou supérieur².

Alors qu'est-ce qui rendrait cette industrie peu attirante? Les commentaires dans cette enquête ne l'expliquent pas clairement. Nous pouvons cependant relier à d'autres points évoqués : perception des inégalités et des discriminations, image d'un environnement masculin démodé, peu de stimulations au niveau scolaire.

- *La plupart des femmes ne sont pas au courant des opportunités de travail, donc elles ne considèrent pas les produits de la mer comme une occupation viable. (Services, Homme, Amérique du Nord)*
- *Mon avis : ceci n'est pas un travail attirant pour les Islandaises. (Aquaculture, Femme, Scandinavie)*
- *A niveau professionnel identique, les femmes ne sont ni autant valorisées ni autant rémunérées que les hommes. (Pêche, Femme, Amérique du Nord)*

Au côté de la question précise « Quels sont les éléments qui font obstacle à l'égalité H/F ? », les répondant.e.s étaient invité.e.s en question ouverte à spécifier d'autres barrières possibles. 24 % d'entre eux.elles ont mentionné « **l'absence de rôle-modèle** ».

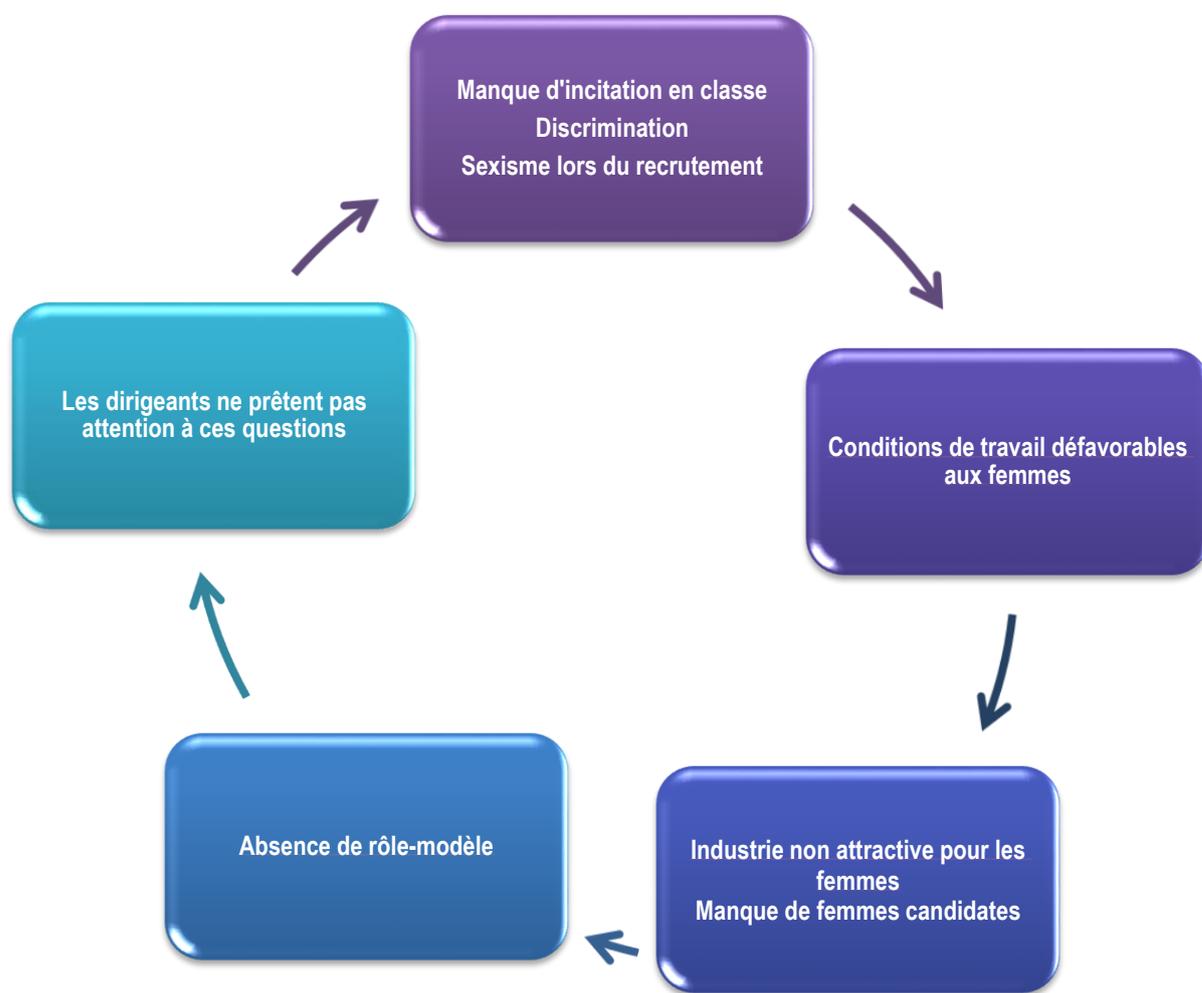
Le manque de candidates et de modèles femmes n'est pas vraiment surprenant considérant – comme nous l'avons décrit – les discriminations, les conditions de travail défavorables pour les femmes, les forts préjugés et le manque d'égalité dans la promotion, pour n'en citer que quelques obstacles. Ces barrières n'opèrent pas indépendamment les unes des autres, mais au contraire se renforcent mutuellement et forment un cercle vicieux qui entretient les inégalités de genre dans l'industrie des produits de la mer.

² Dans les secteurs de l'aquaculture, de la pêche ou la transformation l'embauche se fait beaucoup par nécessité dans des zones d'emploi sans alternative ; elle se fait aussi communément par pratiques endogames où les familles représentent une importante voie de recrutement et où se rencontrent fréquemment des "filles de" ou "épouses de".

Le cercle vicieux reproduisant les inégalités H/F dans l'industrie des produits de la mer

Ci-dessous, sur la base des réponses obtenues dans l'enquête nous proposons une représentation schématique et simplifiée de la chaîne des causes et effets des inégalités entre les hommes et les femmes dans l'industrie des produits aquatiques.

Graphique 15. Le cercle vicieux des inégalités dans l'industrie des produits aquatiques



5. Initiatives positives pour l'égalité

Dans le chapitre précédent nous avons passé en revue, dans une approche quantitative, les principaux obstacles à l'égalité H/F décrits par les répondant.e.s. Dans celui-ci nous présentons les initiatives perçues par les répondant.e.s comme les plus efficaces pour promouvoir l'égalité, sur la base de réponses à des questions ouvertes. Les répondant.e.s ont choisi les initiatives qui leur paraissaient les plus efficaces parmi une liste de propositions (graphique 14). Au-delà de la liste d'initiatives proposées, les répondant.e.s étaient invité.e.s à décrire les expériences menées au sein de leur entreprise.

5.1. Prise de conscience : le premier pas vers le changement

Bien que le manque d'égalité F/H soit reconnu comme un problème réel par près de la moitié des répondant.e.s, nous venons de voir que dans certaines entreprises ce sujet n'est jamais abordé (58 %). Ce point est crucial : sans prise de conscience pas d'intervention.

Qu'est-ce qui rend un environnement professionnel favorable à l'égalité de genre ? Indiscutablement, et cela est rappelé par plusieurs répondant.e.s, l'environnement juridique national joue un rôle déterminant. Les politiques volontaires en matière de ressources humaines élaborées en interne par les entreprises sont également considérées comme ayant des effets favorables.

L'engagement institutionnel établit un cadre pour l'égalité

Les engagements institutionnels en matière d'égalité entre les femmes et les hommes au niveau national ou international peuvent inclure les stratégies politiques, les programmes de sensibilisation et les lois.

Au cours des dernières décennies, des lois nationales ont défini un cadre pour l'égalité F/H, allant de la libre disposition de leurs salaires par les femmes mariées, au congé maternité, à l'accès à tous les métiers sans discrimination. Ces évolutions juridiques sont introduites à des rythmes différents suivant les pays. D'une part, elles garantissent le respect de l'égalité, et d'autre part elles participent à une prise de conscience des concitoyen.ne.s, employé.e.s et employeur.e.s.

Les réponses et commentaires des répondant.e.s montrent que bon nombre d'entre eux-elles sont conscient.e.s de l'impact de mesures légales pour faire avancer la question de l'égalité des genres.

- *Récemment, le gouvernement a pris une initiative en promulguant la loi sur l'égalité des sexes (203) qui appelle à l'égalité des hommes et des femmes dans le travail et les postes de direction. (Services publics, Femme, Afrique)*

- *Il existe un outil (visant l'égalité) en cours d'application dans le contexte du travail (SUCESO, Chili) (Services publics, Femme, Amérique du Sud)*

Certaines entreprises choisissent de réduire les discriminations à l'encontre des femmes au-delà du cadre réglementaire.

- *Nous observons rigoureusement les règles concernant les congés de maternité, le salaire minimum etc. et nous allons au-delà en encourageant l'emploi des femmes à tous les niveaux. (Aquaculture, Homme, Asie)*

Cependant, dans de nombreux pays un long chemin reste à faire pour garantir les droits basiques des femmes en tant que citoyennes et dans le cadre du travail.

- *Les femmes ouvrières constituent la colonne vertébrale de l'industrie de la transformation des produits de la mer en Papouasie-Nouvelle Guinée. La politique du travail est assez forte en matière d'égalité professionnelle. Cependant, (...) il reste beaucoup à faire en termes de protection des droits des femmes en Papouasie-Nouvelle Guinée. (Pêcheur, Homme, Asie)*

De plus, l'existence de lois n'est bien souvent pas suffisante. Dans de nombreux pays, un cadre législatif peut coexister avec une grande inégalité F/H, résultat d'une mauvaise mise en œuvre des lois due à un manque de contrôle, leur conception défectueuse ou un manque de moyens. Ainsi une loi sur le papier ne reflète pas nécessairement une réalité juridique. Bien que l'Islande ait dès 1961 instaurer une législation concernant l'égalité des salaires, celle-ci s'est révélée inefficace ; en 2015, les femmes gagnaient 14-20 % de moins que les hommes³. En France, la première loi qui fait référence au « même travail, même salaire » remonte à 1972 ; en janvier 2018, l'écart de salaire entre les hommes et les femmes pour un poste équivalent est toujours de 9 %.

Les entreprises progressistes

Les entreprises qui ont joué un rôle d'actrices stratégiques dans des domaines tels que la conciliation famille-travail pourraient également jouer un rôle en matière d'égalité des sexes. Des recherches ont montré que dans des pays comme les États-Unis, des employeurs s'engagent activement dans la gestion du travail à domicile – adressant ainsi la question de l'équilibre travail-famille - afin d'améliorer l'image et la rentabilité économique de leur entreprise. [Ollier-Malaterre, 2007 & 2008, dans Lefèvre et al. 2009].

Une manière effective pour les cadres d'évaluer la performance de leur société en matière d'égalité F/H est de la comparer à d'autres dans le même secteur. A l'occasion de relations d'affaires, de conférences internationales, les managers ont la possibilité de se rencontrer et d'échanger sur les manières dont leur entreprise gère ces questions.

³ La nouvelle loi en vigueur rend obligatoire depuis le 1er janvier 2018 pour les entreprises et les institutions de plus de 25 employé.e.s de prouver que les salaires des hommes et des femmes sont égaux à travail identique.

Ainsi par exemple, les rencontres entre femmes à des postes de haut niveau, telles celles organisées à Bergen en mars 2018, leur permettent d'échanger sur les pratiques de leurs employeurs.

Les répondant.e.s à l'enquête de WSI étaient plutôt positifs sur l'évaluation de leur propre compagnie, perçue comme plus progressive que la moyenne dans ce domaine, alors qu'ils.elles se sont montré.e.s très critiques vis-à-vis de l'industrie des produits de mer dans son ensemble, qualifiée de « club d'hommes » démodé.

- *Notre compagnie est très progressiste en ce qui concerne l'emploi et la promotion des femmes. L'ensemble de l'industrie ne l'est pas. (Pêche, Femme, Amérique du Nord)*
- *Dans le cadre de notre compagnie, nous offrons de bonnes opportunités aux femmes, mais l'ensemble de l'industrie reste un « boys' club ». (Services, femme, Amérique du Nord)*
- *La plupart des gens avec qui je travaille dans l'industrie de la pêche sont des hommes. Travailler avec des organismes extérieurs de gestion des pêches et de promotion veut dire travailler avec un « boys' club ». (Recherche/universitaire, femme, Amérique du Nord)*
- *Là où je travaille, ils ont une attitude inclusive qui pose rarement un problème. Cependant en tant que Directrice des Projets Spéciaux je suis en relation avec de nombreuses sociétés extérieures dans l'industrie, et je constate des préjugés hommes/ femmes lors des conventions, ou même au cours de réunions face à face. (Services, femme, Amérique du Nord)*

A travers ces témoignages, nous observons que la conscience de l'inégalité pourrait se développer en comparant ce qui existe au sein des différentes sociétés d'une même filière. C'est ce que nous appelons « la reconnaissance par contraste », qui implique d'évaluer l'environnement de travail de façon comparative en s'appuyant autant sur la subjectivité des professionnel.le.s que sur des méthodes comparatives institutionnalisées, tels que les classements. Ceci pourrait démontrer que certaines sociétés sont plus en avance que d'autres sur le chemin de l'égalité H/F, et pourrait représenter une occasion pour que des compagnies progressistes servent de modèle en la matière.

5.2. Mythe du « métier d'homme » : et si on s'en débarrassait ?

Nous aimerions ici appeler « le mythe du métier d'homme » l'argument selon lequel il existerait des métiers qui ne peuvent être tenus que par des hommes, basé sur la « croyance » que seuls les hommes détiendraient certains attributs, telles la force physique, l'endurance, le courage, perçus comme nécessaires pour pratiquer certains métiers. Ce concept est très répandu dans de nombreuses communautés côtières à travers le monde. Cette description récurrente et discriminatoire du pêcheur en tant qu'un homme physiquement fort et mentalement robuste, ce que ne seraient pas les femmes, reste très vivace. On décourage les femmes de pratiquer ce

métier dans presque tous les pays, même là où l'industrie est en manque de main d'œuvre (par exemple en France).

Fréquemment, cette ségrégation entre les sexes dans l'emploi s'exprime ouvertement lorsque la discussion porte sur des emplois situés au bas de l'échelle dans la pêche ou la transformation.

Certaines des réponses que nous avons recueillies font écho à cette croyance :

- *Les bateaux de pêche ne sont pas préparés pour deux sexes. (Pêche, Femme, Autres pays d'Europe)*
- *Notre production ne s'adresse pas aux femmes. C'est physiquement très dur et ne convient pas aux femmes. (Transformation, Femme, Scandinavie)*
- *Un plus grand nombre de postes à terre sont offerts aux femmes, car de nombreux bateaux de pêche ne sont pas équipés pour accueillir les femmes. (Pêche, Femme, Afrique)*

Comme nous l'avons vu, une forte présence des femmes dans les entreprises crée un environnement professionnel plus diversifié. Cependant, cette diversité des genres peut être basée simplement sur la présence d'hommes et de femmes coexistant sur le même lieu de travail, tandis que les métiers, fonctions et tâches sont spécifiques à chaque genre. Cette division sexuelle du travail n'est pas neutre et nuit aux femmes qui pourraient être marginalisées dans les emplois mieux rémunérés réservés aux hommes.

- *Dans notre entreprise, les femmes sont principalement fonctionnelles dans les activités de bureau et de production légère. L'échelle salariale est différente puisque les deux sexes ne font pas le même travail. Dans les cas de levage de charges lourdes les hommes sont plus appropriés. (Homme, Transformation, Scandinavie)*

Progresser vers l'égalité signifie que les chances, les responsabilités et les droits des femmes et des hommes sont identiques quel que soit leur sexe. Les expériences qui remettent en question cette idée de ségrégation entre les sexes ont également été relevées dans l'enquête de WSI. Les témoignages, révèlent comment dans certains cas la prédisposition « naturelle » des unes ou des autres pour certains métiers s'avère n'être qu'un mythe. Dans l'industrie de transformation, les emplois sont souvent attribués en fonction du sexe des travailleurs. Par exemple, au Chili, dans l'industrie de la transformation du saumon, les hommes sont souvent affectés à certaines tâches (abattage du poisson) et les femmes à d'autres (filetage du poisson). Cette répartition des emplois par sexe est même annoncée dans les annonces d'emploi. Pourtant, les gestionnaires ferment souvent les yeux sur le sexe des employé.e.s dans les cas de rushes de production. L'affectation selon le sexe est bien une habitude plus qu'une obligation.

Certains témoignages montrent que le mythe commence à s'effriter :

- *J'ai travaillé pendant six ans pour une importante société de saumon, à Aysen (Chili), dans laquelle certains créneaux étaient ouverts aux femmes, elles y étaient très performantes, autant, et sinon meilleures que les hommes. Je parle du travail en équipe dans des centres d'élevage éloignés du centre urbain. (Transformation, Homme, Amérique du Sud)*

- Les postes historiquement réservés aux hommes sont désormais aussi attribués aux femmes. (Transformation, Homme, Amérique du Sud)
- Notre entreprise essaie activement de promouvoir l'égalité de genre autant sur terre qu'en mer. (Transformation, Homme, Scandinavie)

De plus l'utilisation de technologies avancées permettrait aux femmes de réussir parfaitement dans des métiers que l'on estime exclusivement réservés aux hommes.

- Nous avons besoin d'aide pour rendre les navires plus accueillants pour les femmes. (Pêche, Femme, Océanie)
- Mettre en place des outils pour rendre le travail physiquement moins difficile, surtout en cas de charges lourdes. (Transformation, Femme, Autres pays en Europe)

Les témoignages suivants disent clairement que les femmes sont capables :

- *En tant que jeune femme dans l'industrie de la pêche, j'ai le sentiment d'avoir des modèles forts, aussi bien hommes que femmes. Il y a aussi des gens que je peux admirer mais en fin de compte je suis toujours la seule fille sur le bateau, l'une des seules femmes dans mon groupe de pêche, et toujours la plus jeune parmi le nombre restreint de femmes lors de réunions professionnelles (où j'observe et j'écoute en accompagnant mon père). A moins d'avoir de sérieuses relations familiales, ce qui est mon cas, **les femmes qui veulent rejoindre l'industrie de la pêche et se faire employer comme membre d'équipage ont un sérieux barrage à franchir.** Promouvoir des femmes employées qui réussissent dans ces métiers donnera aux filles/femmes la confiance dont elles ont besoin pour trouver un métier dans la pêche. Cela pourrait aider les hommes à modifier leur attitude et à considérer de la même manière les femmes et les hommes comme membre d'équipage potentiel. Ce n'est pas que la pêche ne soit pas attirante pour les femmes, c'est plutôt que l'environnement du travail est potentiellement déroutant en raison de l'attitude du capitaine (homme) et des membres de l'équipage (hommes) envers des femmes sur le bateau. Il reste difficile d'avoir une chance si on n'est pas de la famille. Et il n'y a pas de managers capables de modifier la politique dans la mesure où chaque bateau est une petite entreprise privée. Sans tenir compte du fait que **beaucoup d'hommes pensent que les femmes ne sont pas capables de faire physiquement ce travail, ou capables de résister mentalement aux conditions** il est aussi intimidant pour les femmes de se mettre dans la position vulnérable de vivre avec un équipage (probablement masculin). Et, d'après mon expérience, certains hommes trouvent déplaisant de se sentir obligés de se dominer ou de modifier leur attitude (sexiste) lorsqu'une femme rejoint l'équipage. Les bateaux de pêche ne fonctionnent pas comme de grandes entreprises. On ne peut pas établir une politique demandant la parité parce que chaque capitaine ou propriétaire est son propre PDG. Afin que les hommes et les femmes soient représentés de façon plus égale sur l'eau, **le changement doit être culturel.** Je ne travaille pas pour une société, je dirige un bateau, mais je travaille toujours pour mon père. Nous parlons de mon expérience parce que je suis la seule à travailler aux filets maillants sur ses deux bateaux. Mais dans sa société qui possède des caseyeurs (crabes), il a deux capitaines femmes. (Pêche, Femme, Amérique du Nord)*

- *Un facteur clé à considérer est que les femmes sont tout à fait capables de faire le travail – on n'en était pas vraiment conscients et surtout dans le passé - et pourtant on commence à constater des changements. (Universitaire, Femme, Afrique)*
- **Ne considérez pas les femmes comme fragiles.** *Il faut donner à chacun sa chance, quel que soit leur sexe. Hommes et femmes peuvent travailler aussi dur les uns que les autres, quel que soit l'environnement. (Aquaculture, Femme, Afrique)*

5.3. Conciliation travail-vie privée

L'équilibre travail-vie privée reste l'un des principaux obstacles à l'égalité F/H dans le cadre du travail. Il est donc peu étonnant qu'il arrive en premier sur la liste des mesures correctives suggérées par les répondant.e.s (47 % des femmes, 35 % des hommes).

Dans de nombreuses entreprises, la grossesse et de la maternité sont toujours considérée comme un problème, perception (re)produisant les mécanismes de discrimination qui pénalisent les femmes.

- *La difficulté de reprendre le travail après un congé, le manque de garde pour enfants. (Recherche/Universitaire, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*
- *La question de la maternité : il y a une discrimination à l'égard des employées à temps partiel lorsqu'elles sont enceintes. Seul le CDI (contrat à durée indéterminée) leur permet de ne pas perdre leur travail. (Transformation, Homme, Amérique du Sud)*
- *Arrêter de considérer la maternité comme une maladie, envisager une conciliation entre la vie de famille et le travail comme une chose allant de soi. Avoir un enfant engage deux personnes, pas seulement les femmes. (Services Publics, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*

Des recommandations faites à l'industrie des produits de la mer à ce sujet avaient déjà été signalées en 2000 par Aslin, Webb & Fisher dans un rapport commandé en Australie par le réseau des femmes dans l'Industrie des produits de la mer (WIN) « développer des lieux de travail favorables aux femmes et aux familles, prenant en compte l'équilibre de genre et encourageant plus de flexibilité sur le lieu du travail. »

Concilier efficacement travail-vie privée ou travail-famille demande toute une série de mesures (garde d'enfants ou crèches, congés parentaux, flexibilité des horaires, interruption de carrière, télétravail, etc.), qui devraient aussi concerner les hommes.

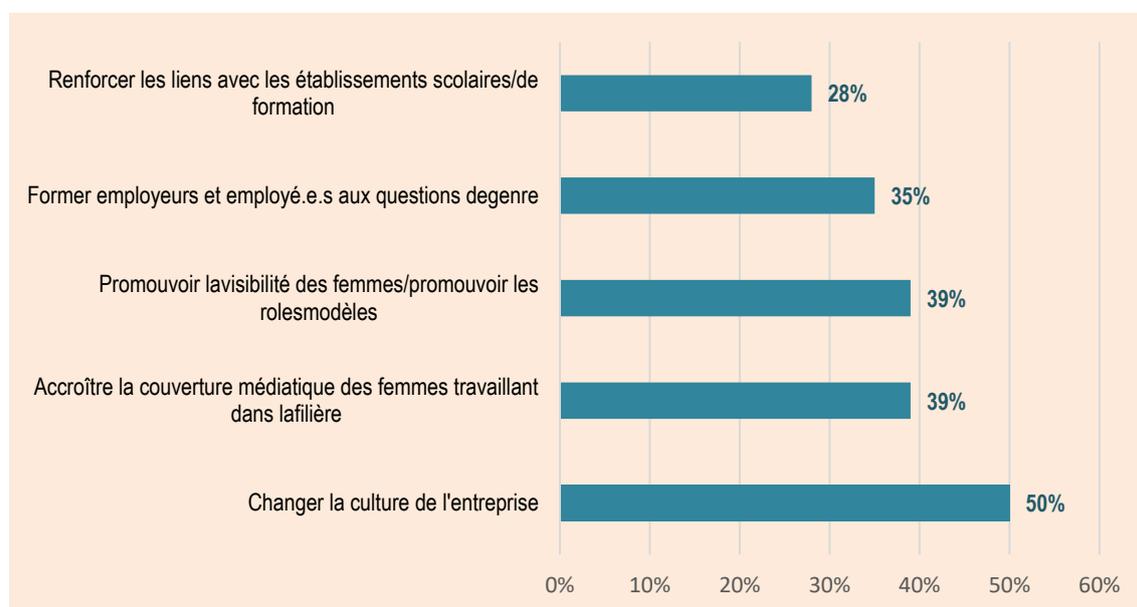
La plupart des commentaires font référence à la position des femmes et suggère que les mesures prises tendent à concilier leurs horaires de travail. Certain.e.s répondant.e.s cependant proposent l'adoption d'une politique parentale neutre, où le père serait aussi considéré comme un parent et devrait bénéficier lui aussi de ces mesures spécifiques.

- *Accordez les mêmes avantages aux pères, avant et après la naissance de l'enfant. A défaut d'une telle mesure c'est l'une des multiples raisons pour lesquelles les hommes ont tendance à être plus embauchés que les femmes.* (Transformation, Homme, Amérique du Sud)
- *Avantages parentaux égaux pour les hommes et les femmes. Aussi la flexibilité des horaires et la possibilité de travailler de chez soi permettent aux parents (plus spécifiquement à la mère) d'aller chercher les enfants à l'école et de travailler ensuite.* (Services, Femme, Europe autre que la Scandinavie)
- *Même congé parental pour les deux parents.* (Services, Femme, Europe autre que la Scandinavie)
- *On encourage les employé.e.s à prendre un congé parental, hommes et femmes à égalité.* (Services, Femme, Europe autre que la Scandinavie)

Prêter attention aux besoins spécifiques des travailleur.e.s ayant des enfants est l'une des principales voies proposées pour réduire les inégalités professionnelles.

5.4. Stratégies pour accueillir les femmes

Graphique 16. Quelle serait la stratégie la plus efficace pour augmenter le % des femmes ?



Changer la culture d'entreprise

L'industrie des produits de la mer est régulièrement décrite comme désuète et dominée par les hommes : nous avons eu la confirmation que ce point de vue est partagé par les hommes et les femmes à travers le monde. **Changer la culture d'entreprise** est la stratégie la plus citée pour attirer plus de femmes dans cette industrie.

- *Il ne s'agit pas de conditions de travail, mais de **patriarcat**, de mentalité et de **préjugés**. (Services publics, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*
- *L'industrie des produits de la mer reste **figée dans ses méthodes anciennes**. (Pêche, Femme, Amérique du Nord)*
- *On manifeste un intérêt de pure forme pour l'égalité H/F, mais les **points de vue de la vieille école** demeurent ancrés chez les cadres intermédiaires. (Institut de recherche, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*
- *Prêter plus d'attention à ce que disent les travailleur.e.s [à ce propos], en terminer avec la conception ancienne de la direction et créer une **nouvelle mentalité**, d'autres idées. (Transformation, Homme, Amérique du Sud)*
- *Travailler avec des organisations extérieures signifie travailler avec le « boys' club » dans les questions de gestion et de promotion de la pêche. (Universitaire, femme, Amérique du Nord)*
- *Je constate que les standards dans la gestion dans l'industrie de la pêche sont **très anciens et orientés vers les hommes**. Moderniser les pratiques de gestion pourrait grandement faire évoluer l'égalité F/H dans l'industrie. (Services, Femme, Amérique du Nord)*

Accroître la visibilité des femmes

Promouvoir la visibilité des femmes dans l'industrie est la seconde stratégie perçue comme la plus efficace pour attirer les femmes. L'absence de femmes sur le devant de la scène, et notamment de femmes aux postes de décision, rend difficile pour les jeunes femmes de s'identifier et d'envisager d'occuper une place dans cette industrie. Depuis 2015, deux grands journaux en ligne (Intrafish, Fishsite) ont mené à dessein des entretiens avec des femmes travaillant dans différents secteurs de l'industrie des produits de la mer. Ces initiatives volontaristes gardent un caractère exceptionnel (les femmes sont des professionnelles « spéciales » qui mériteraient une attention « particulière »). Elles tendent cependant à corriger le profond déséquilibre d'exposition médiatique des deux sexes dans l'ensemble de cette industrie.

Les réseaux des femmes

La constitution d'un réseau de femmes est perçue par quelques répondant.e.s comme une étape importante pour stimuler la prise de conscience des inégalités y compris chez les femmes, et accroître la confiance des candidates pour viser des postes à responsabilité et étoffer leur réseau.

Créer un lieu où les femmes peuvent s'entraider est perçu comme un outil potentiellement utile aux femmes dans le cadre d'une entreprise privée, une institution ou une association professionnelle.

- *Je crois que nous avons **besoin d'un réseau de femmes** qui se rejoignent à travers le monde afin de s'entraider les unes et les autres, et également de créer et de résoudre les problèmes des femmes dans l'industrie.* (Transformation, Femme, Amérique du Nord)
- ***Se servir des réseaux** dans le but de cibler directement le recrutement des femmes fortes et compétentes.* (Pêche, Femme, Amérique du Nord)

Quelques réseaux féminins existants ont été cités. Malheureusement, nous n'avons recueilli aucun détail sur leur organisation, leur programme, et leur efficacité pour soulever et résoudre les problèmes.

- *Nous avons un réseau de femmes où les problèmes sont abordés, nous avons aussi un comité de discussion à ce propos.* (Services, Femme, Scandinavie)
- *Réseau de femmes "Women leading the Way".* (Aquaculture, Femme, Amérique du Nord)

Réseau de femmes

Le réseau de femmes est un concept à plusieurs facettes comprenant une diversité de programmes, de règles pour les membres (inclusive/ exclusive), et de capacité variable à influencer la politique RH interne. Nous comprenons que la plupart de ceux et de celles qui ont répondu à cette enquête ont fait référence à ce qu'ils ont observé dans leurs entreprises ou institutions, et en ont témoigné.

Au côté de ces programmes spécifiques, il faut mentionner la pléthore de réseaux ou de plateformes réunissant les femmes de l'industrie des produits de la mer. Ces réseaux réunissent des femmes qui travaillent dans un même domaine, dans une zone géographique définie, telle la Women's Fisheries Network (WFN) USA, (Réseau des Femmes dans la pêche), The Women's Industry Network Seafood Community (WINSC) le réseau des femmes marin-pêcheuses en Australie, Aktea Europe, le réseau des épouses de pêcheurs en Europe, Women in Fisheries Network Fiji, le réseau Fiji des femmes dans la pêche, sans oublier un grand nombre d'organisations locales en Espagne⁴.

⁴ Bulletin d'information Réseau de Femmes dans le secteur de la Pêche, juillet 2017, Woman in the fishing industry

Assurer la liaison avec les écoles

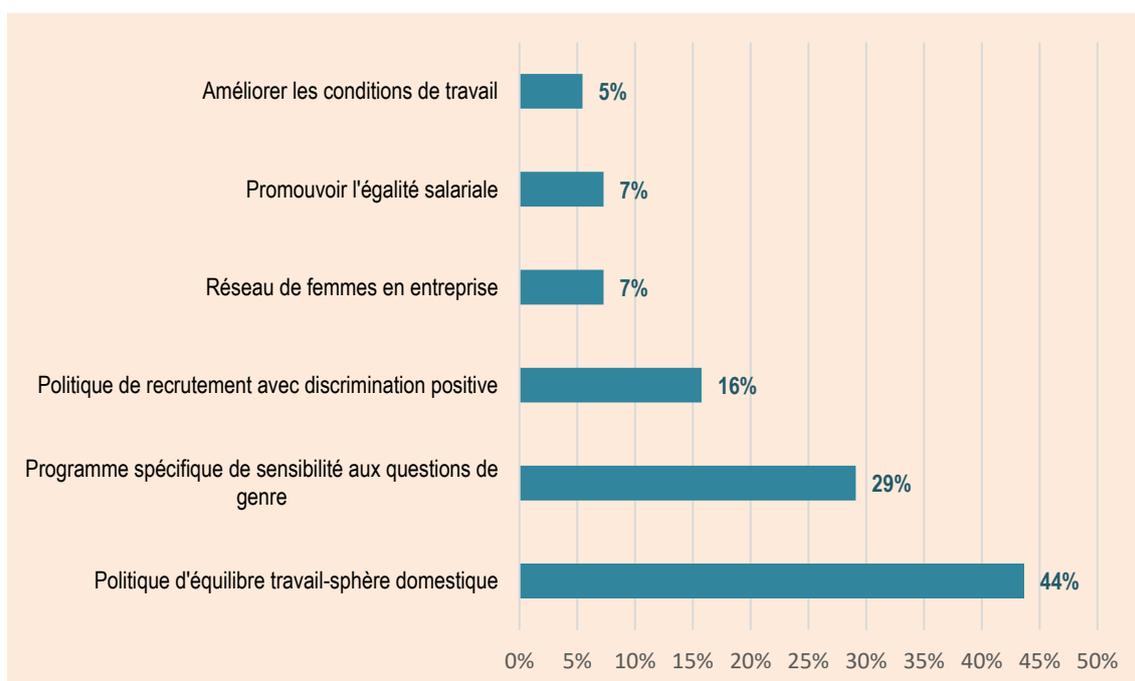
Nous n'avons pas reçu d'observations particulières pour expliquer ce point, bien que nous ayons vu plus haut que les chiffres d'admission ventilés par sexe indiquent que les écoles maritimes forment beaucoup plus d'hommes que de femmes. Comme l'a déclaré Elisabeth Aspaker, ancienne ministre norvégienne de la pêche, une fois au cours de son mandat (2 juillet 2015) « *j'encourage l'industrie à nourrir un lien étroit avec l'environnement académique* ».

5.5. Au nom de l'égalité : que font les entreprises ?

La bonne nouvelle est que certaines entreprises ont développé des actions spécifiques afin de réduire les inégalités H/F, programmes volontaires accueillis favorablement par les employé.e.s.

Les mesures visant à équilibrer la vie de famille et le travail, des sessions de formation pour les encadrant.e.s et les employé.e.s au sujet de l'égalité et les politiques de discrimination positive à l'embauche sont parmi les actions les plus citées.

Graphique 17. Etes-vous au courant d'initiatives positives au sein de votre entreprise destinées à améliorer l'égalité H/F ?



Les solutions pour le travail et la vie de famille

L'introduction au sein des entreprises d'une politique de conciliation travail et vie familiale est la mesure la plus citée (44 %) à la fois par les femmes et par les hommes.

- *La présence d'une clinique sur le lieu de travail a rendu la vie des employées plus facile en leur offrant accès aux soins pour elles et leurs enfants, permettant aux mères de rester au travail au lieu d'avoir à courir vers des cliniques publiques (longues heures d'attente), ce qui leur coûte à elles et à l'employeur de nombreuses heures de travail. (Aquaculture, Femme, Afrique)*
- *Notre usine de transformation a créé une équipe pour les parents ayant de jeunes enfants, familles monoparentales ou parents qui travaillent, leur permettant d'accompagner leurs enfants à l'école, travailler et être chez eux à temps pour aller les chercher après l'école. Nous appelons ça "l'Equipe des Mamans". (Aquaculture, Femme, Amérique du Nord)*
- *Nous donnons aux employées la possibilité de travailler à la maison, d'avoir des horaires et un emploi du temps flexibles et de travailler à mi-temps. Je pense que c'est réellement la clé pour rendre le lieu de travail attrayant pour les mères qui travaillent. (Services, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*
- *Un congé parental équitable pour les mères et les pères, l'allaitement et la réduction des heures de travail pour la garde des enfants etc. Cela pourrait aider à modifier la vision en ce qui concerne la paternité et la maternité dans le monde du travail. (Institut de Recherche/ institution académique, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*
- *Des heures de travail adaptées aux mères qui élèvent seules leurs enfants (Pêche, Homme, Scandinavie)*
- *Un congé de maternité de trois mois. (Universitaire, Femme, Asie)*
- *Offrir des postes à temps partiel pour garder les femmes comme employées pendant qu'elles sont en âge d'avoir des enfants. (Pêche, Femme, Amérique du Nord)*
- *Nous envisageons les façons d'aider les mamans à retourner au travail dans nos bureaux ; nous parlons d'heures de travail/d'équipes, de déplacements entre la maison et le travail qui affectent nos employées payées à l'heure ; nous parlons de l'industrie et des problèmes de l'équilibre travail/vie privée qui affectent les femmes et nous efforçons de créer un lieu de travail qui répond à leurs besoins. (Transformation, Femme, Amérique du Nord)*
- *Adaptation des horaires de travail, études de stratégies pour permettre une garde des enfants adaptée aux heures du travail (plus tôt le matin). (Transformation, Femme, Europe autre que la Scandinavie)*

Plan Egalité appliqué par Anfacó

L'association nationale des fabricants de poissons et fruits de mer en conserve (ANFACO-CECOPECA), l'organisation espagnole qui représente les intérêts du secteur de la transformation des produits de la pêche et de l'aquaculture, applique actuellement son deuxième plan pour l'égalité H/F pour la période 2017-2020. ANFACO-CECOPECA s'efforce d'abolir les pratiques discriminatoires en matière d'emploi en veillant à l'égalité de traitement et de chances entre les femmes et les hommes, transversalement dans toute l'organisation.

L'évaluation du plan d'égalité 2010-2012 a permis de mieux connaître la situation entre les femmes et les hommes en termes de diversité, d'emploi, de conditions de travail et d'égalité des chances.

Les principaux objectifs du plan 2017-2020 comprennent : l'égalité dans l'accès à l'emploi et dans l'embauche, dans la promotion interne. Sont également prévues des formations aux critères d'égalité, la conciliation famille/travail par des mesures d'assouplissement des horaires de travail, la prévention de risques professionnels dans une perspective de genre, la prévention des comportements sexuels inappropriés, la sensibilisation et la communication des politiques en matière d'égalité entre les employé.e.s.

Sensibilisation à l'égalité des sexes

L'égalité H/F est un concept dont la compréhension reste très limitée. Nous avons vu que certain.e.s la considèrent comme un problème peu prioritaire, alors que pour d'autres, la question rivalise avec d'autres objectifs (profit). Comme nous le confie quelques répondant.e.s l'appropriation de ce concept par les entreprises privées nécessite des programmes et formations spécifiques disent les répondant.e.s.

- *Etablissement d'un **bureau pour la parité** assorti d'un budget adapté.* (Recherche/ Universitaire, Femme, Asie)
- ***Promotion de l'égalité** et participation à des projets d'égalité de genre.* (Association professionnelle/ syndicat, Femme, Europe autre que la Scandinavie)
- *Je sais qu'un groupe a été formé et que l'on s'efforce d'étudier la position des femmes dans l'entreprise afin d'instaurer un changement positif.* (Transformation, Femme, Amérique du Nord)

Des règles concrètes

Certaines politiques d'entreprise en faveur de l'égalité F/H peuvent inclure des déclarations rhétoriques qui affirment l'égalité de l'emploi quel que soit le sexe, la religion, la sexualité et l'ethnie, sans action spécifique mise en place. D'autres entreprises incluent des actions particulières ciblées dans des domaines définis.

- *L'entreprise s'emploie activement à promouvoir l'égalité, autant à terre que sur la mer.* (Transformation/pêche, Homme, Scandinavie)
- *Il y a un petit groupe de discussion par email, interne à l'entreprise, appelé « Femmes et responsabilités », au travers duquel nous partageons histoires, articles et informations. Le congé parental s'est amélioré en permettant à la fois aux hommes et femmes de prendre un congé plus long de maternité/paternité. Lors de journées d'étude internes à l'entreprise, nous débattons du sujet des femmes dirigeantes. Nous faisons toujours des progrès, nous sommes ici dans le cadre d'une organisation très équitable.* (ONG, Femme, Amérique du Nord)

La politique du recrutement positif

Une politique de recrutement sensible à l'égalité peut se faire au travers d'un processus de recrutement et de sélection transparent et non biaisé, ou au travers d'une politique de discrimination positive.

- *(Notre entreprise) s'efforce de recruter des femmes aux postes commerciales. (Services, Homme, Scandinavie)*
- *Au niveau de l'entreprise (de la maison mère), il existe une initiative en faveur de l'égalité professionnelle à tous les niveaux, avec des buts définis pour 2020 et un rapport sur les actions en cours pour chacun des organismes sous la tutelle de la maison mère. (Universitaire, Femme, Europe hors Scandinavie)*
- *Attention portée sur le recrutement d'un plus grand nombre de femmes à des postes de direction au cours des dernières années. Dans les départements comprenant un nombre inégal (hommes ou femmes), attention prêtée aussi à engager de nouvelles personnes du sexe opposé. (Aquaculture, Femme, Scandinavie)*

C'est ce que déclare Hilde Waage, directrice de ressources humaines globales pour Ewos (Intrafish 2015) : « Soyez conscients du mode de recrutement. Il faut qu'il y ait au moins une candidate parmi les finalistes ».

Questions de genre et Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)

Sous la pression d'actionnaires, de consommateurs et de clients, ignorer le statut environnemental représente désormais un risque qu'aucune entreprise dans les produits de la mer qui se dit responsable ne saurait plus prendre. Où en sont les questions d'équilibre F/H ? Comme le disait Rachel Mutter (éditrice de Intrafish) en mars 2018 lors de la convention des femmes leaders dans l'industrie des produits de la mer « *Il est assez ironique de voir que l'industrie concernée par la durabilité semble le plus souvent ne pas voir le problème de durabilité le plus urgent, celui de sa propre main-d'œuvre.* »

Dans le monde des affaires « *les entreprises compétitives sur le marché international abordent de plus en plus les questions d'égalité de genre et l'incluent dans leurs stratégies RSE* » [Gazzola 2016]. Cependant, les entreprises des produits de la mer qui ont amorcé un virage similaire restent rares.

L'analyse des politiques RH de 3 000 entreprises, a permis à l'ONG Equileap d'en identifier 200 qui se sont engagées pour l'égalité H/F. Neuf d'entre elles sont dans l'industrie alimentaire, aucune dans le secteur des produits de la mer [Equileap, 2017]. L'examen de l'engagement social de 250 entreprises de produits de la mer (50 Espagne, 50 Norvège, 50 Pérou, 50 Etats-Unis, 50 Thaïlande), à partir de leur rapports RSE et de leurs sites web, montre que moins de dix d'entre elles font spécifiquement référence à l'égalité H/F, aux droits des femmes, ou au rapport travail-vie de famille, sans offrir plus de détails et seulement deux entreprises* ont mis en place un projet concret pour la promotion des femmes. Quelques autres font référence à une vague promesse d'« *aucune discrimination raciale, religieuse, de couleur de peau, du sexe ou d'orientation sexuelle, d'âge, de nationalité, de race ou de handicap* » se contentant de répéter les obligations légales. L'absence de mention d'actions en matière d'égalité dans ces documents publics ne signifie pas nécessairement que rien n'est fait, mais reflète assurément que ce type d'actions ne sont pas perçues comme portant une valeur positive suffisamment importante pour être mentionnées.

* **Highliners Food**, une société nord-américaine de transformation des produits de la mer, a instauré des mesures de discrimination positive / égale opportunité afin d'augmenter le nombre de femmes dans des postes de cadres supérieurs (Women Leading the Way project). TASA, un producteur de farine et huile de poisson gère un projet qui forme les leaders femmes de Huanta (Ayacucho) comme entrepreneures et productrices de produits alimentaires.

Avec l'aide de Mariana Toussaint, Consultante FAO

Point sur les disparités géographiques

Lorsque nous avons commencé cette recherche, nous suspicions que ce sujet aurait une résonance différente dans les différents pays du monde. Dans le tableau ci-dessous, nous montrons ce que les participants ont spontanément proposé en matière d'action positive, continent par continent.

Tableau 3. Initiatives positives citées par région (en nombre)

	Scandinavie	Autres pays européens	Amérique du Nord	Amérique du Sud	Asie	Afrique	Océanie
Discrimination positive au recrutement	1				2	2a	
Equilibre vie privé-travail	2	1	1	1		1	
Amélioration conditions de travail							2
Programme sensibilisation à l'égalité		2	2	2	1	2b	1

L'équilibre entre le travail et la vie de famille, les programmes de sensibilisation sur l'égalité et une politique positive de recrutement des femmes sont considérés comme les initiatives qui auraient le plus d'impact pour tendre vers l'égalité.

Encadré 6

Les avantages de l'égalité H/F au travail

Vous trouverez ici un aperçu rapide des bénéfices possibles pour les entreprises qui embrassent les principes de l'égalité entre les sexes, éléments issus de l'abondante littérature sur le sujet. Cette liste n'est pas exhaustive.

Appliquer les principes d'égalité H/F à l'embauche démultiplie les possibilités de recrutement, réduit les difficultés de recrutement en cas de pénurie d'emploi (et son éventuel surcoût) et en conséquence touche un nombre supérieur de candidat.e.s de talent ; ces politiques responsables dynamisent les opportunités commerciales en permettant de répondre à des appels d'offre exigeants des postulants de faire des efforts dans ce domaine, améliore la création de valeur et la marge opérationnelle à long terme.

Une attention portée à l'équilibre H/F améliore le climat social, augmente le bien-être et la satisfaction au travail, réduit les situations abusives et l'absentéisme. L'image de l'entreprise s'en trouve améliorée à la fois en interne et vis-à-vis des partenaires extérieurs.

6. La voie de l'avenir : encourager le dialogue sur l'égalité dans l'industrie des produits de la mer

En préconisant de mettre fin au cercle vicieux des inégalités entre les hommes et les femmes nous invitons les protagonistes de cette industrie à réfléchir aux inégalités et aux différentes formes de discriminations qui sont corrélées, elles n'agissent pas indépendamment les unes des autres mais participent toutes d'un même processus.

Cette enquête a rendu évidente l'omniprésence des inégalités F/H dans l'industrie des produits aquatiques et a démontré au travers d'exemples concrets et de témoignages que la situation n'est pas inéluctable, mais que beaucoup reste à faire sur le chemin vers l'égalité.

Pour ce faire, nous suggérons une démarche en trois étapes :

- Eveiller la conscience des parties prenantes et leur faire prendre conscience des enjeux,
- Amener les hommes à participer au débat,
- Encourager la tenue de rencontres entre parties prenantes pour partager les expériences sur le sujet et stimuler les bonnes pratiques.

Les spécificités de ces filières et leur complexité accentuent le fait qu'il n'existe pas de formule magique pour progresser vers l'égalité hommes/femmes. L'enquête WSI apporte un nouvel exemple du caractère universel des inégalités subies par les femmes (écart de salaires défavorables aux femmes, préjugés de genre, sexisme, biais au recrutement, harcèlement sexuel, et autres discriminations). Nous constatons aussi que certaines expériences ont fait leurs preuves (y compris en dehors de l'industrie des produits de la mer) et peuvent inspirer les parties prenantes de cet univers.

6.1. Stimuler la prise de conscience

Ainsi que l'a indiqué Mickael Kimmel, sociologue américain « *En ce qui concerne la promotion des femmes dans le travail, l'un des principaux obstacles est le manque d'intérêt des hommes (...). Les hommes ne voient pas de quoi il s'agit. Les privilèges sont invisibles aux yeux de qui les possède.* » [Kimmel 2018]. Or il se trouve que ceux-là même sont les décisionnaires. Il est donc indispensable de leur en faire prendre conscience et de stimuler leur sensibilité aux problèmes des relations H/F dans le travail.

- Afin d'accroître la sensibilisation à ce sujet, il est nécessaire (i) qu'il soit reconnu et (ii) que les parties prenantes prennent leurs responsabilités. Nous avons vu que les législations ont fortement accru la sensibilisation et participé à réduire les inégalités. Des mesures transnationales telles que les critères EU pour l'intégration des politiques d'égalité entre hommes et femmes, à supposer qu'elles soient comprises, devraient permettre aux protagonistes de se poser un certain nombre de questions.
- Afin de saisir la pleine mesure du problème et toutes ses implications, des actions concrètes et pragmatiques pourraient inclure des programmes de sensibilisation à l'égalité. La distribution de fonds publics pourrait être assujettie à l'intégration des questions d'égalité entre hommes et femmes aux niveaux nationaux autant qu'internationaux. Des efforts pédagogiques à l'intention des demandeurs de fonds publics seraient nécessaires.
- La prise de conscience des relations F/H au sein d'une organisation, ainsi que l'attention au déséquilibre H/F, peut conduire à un diagnostic objectif. Des entreprises peuvent décider de solliciter un audit externe, ou même prétendre à un label tel que EDGE (Certificat de Parité) ou GEEIS (Parité selon les Standards Européens et Internationaux).

Souligner les écarts et discriminations, rendre visible l'invisible, accroître la sensibilisation des leaders aux inégalités H/F, sont les premières étapes pour relever le défi du changement.

6.2. Impliquer les hommes dans le débat

Il ne s'agit pas d'un problème de femmes, il concerne toute la société, hommes et femmes associés dans la mesure où l'équilibre de leurs relations est en jeu. Les hommes sont partie intégrante de ce problème social. De plus, ils ont le pouvoir de faire en sorte que les choses changent ou non, et pourtant leur compréhension de ces questions reste très différente et limitée, au regard de celle des femmes.

Une intervenante d'Amérique du Nord explique : « *Nous avons un réseau de femmes, et nous parlons des problèmes, nous avons également un comité où on discute de ces questions. Le problème est que les hommes ne sont pas impliqués dans la conversation, et qu'au final le fonds du problème n'est ni résolu ni débattu* ». Ceci vient en écho avec ce que Torunn Knoph Halhjem, directrice responsable de Trident Seafoods, a exprimé au cours du sommet des Femmes dans L'industrie des Produits de la mer tenu à Bergen en mars 2018 : « *Nous pouvons rester assises toute la journée et débattre de la valeur et de l'importance de faire venir des femmes dans l'industrie, mais que cela nous plaise ou non, il est plus important que les PDGs comme Joe Bundrandt⁵ échangent entre eux sur le sujet.* » Ces deux femmes ont exprimé clairement que la participation des hommes à la discussion est une condition préalable à tout changement.

Il est intéressant de souligner que, lorsque l'on aborde ce sujet avec des dirigeants masculins, on constate une nette différence dans leur réaction suivant leur situation personnelle : s'ils ont des parentes proches dans l'industrie des produits de la mer, une fille par exemple, ils se montrent plus facilement ouverts à la discussion. A défaut, ils sont soit indifférents, soit agacés par le sujet.

⁵ PDG de Trident Seafoods

6.3. Favoriser le dialogue sur les questions d'égalité

L'étude a démontré avec force l'existence d'un cercle vicieux des inégalités, et le manque de compréhension du sujet et de ses enjeux. Elle a aussi mis en lumière le grand écart de perception du sujet entre les hommes et les femmes. Il est alors essentiel que hommes et femmes de toutes les parties prenantes, incluant les organisations professionnelles (coopératives de pêcheurs, syndicats, organismes professionnels), partagent le même diagnostic pour faire avancer le débat.

Dans cette enquête certaines sociétés ou employeurs ont été félicités pour leurs politiques proactives et sensibles au genre, mais ces pratiques sont plutôt rares.

WSI estime que le temps est venu pour établir un dialogue entre toutes les parties prenantes à propos de cet élément fondamental de la durabilité sociale des entreprises des produits de la mer. Ce dialogue permettra de partager les informations existantes, d'identifier les besoins nécessaires à l'amélioration des pratiques en matière d'inclusion et stimulera des initiatives positives. De tels dialogues pourraient s'inspirer de l'initiative de WWF « les Dialogues pour l'Aquaculture » (Aquaculture Dialogue), que l'association environnementale avait motivée pour établir des standards d'élevage qui limiteraient les dommages environnementaux. Le but principal de ces « dialogue de genre » serait d'inspirer des actions positives en matière d'égalité de genre adaptées aux filières pêche et aquaculture.

WSI en appelle à la responsabilité des organisations internationales et des institutions nationales, aux associations professionnelles, aux syndicats, aux sociétés privées et aux ONG afin d'encourager et de faciliter l'organisation de ces dialogues pour l'égalité H/F dans l'industrie des produits aquatiques.

7. Sources

Aslin, H.J., Webb, T. and Fisher, M. 2000. *Fishing for women: understanding women's roles in the fishing industry*. Bureau of Rural Sciences, Canberra, Australia

Baelde, P. Monfort, MC. Vouhe, C. 2017: La place des femmes dans les secteurs pêche et aquaculture en France, FranceAgriMer 141p.

Bohnet, I. 2016. *What works: Gender equality by design*, The Belknap Press of Harvard University Press

Brugere, C. Williams, M. 2017. *Women in Aquaculture* GenderAquaFish.org

Catalyst 2007. The Bottom Line: Corporate Performance and Women's Representation on Boards. [on line] http://catalyst.org/system/files/The_Bottom_Line_Corporate_Performance_and_Womens_Representation_on_Boards.pdf

Dhanya, G. 2013. Status of women employed in seafood pre-processing units of Alapuzha, Kerala, *Fishing Chimes*, Vol 33 N°7, Oct 2013.

De Singly, F. 2013. *L'enfant comme obstacle à l'égalité professionnelle*, dans Margaret Maruani (dir.), *Travail et genre dans le monde, l'état de savoirs*, La découverte, Paris, 2013, p. 81.

Equality Challenge Unit 2016.

Equileap 2017. *Gender Equality Global Report & Ranking* 24p

FAO 2014. *The State of World Fisheries and Aquaculture: Challenges and opportunities*, FAO, Rome, 243p

Fingerhut, A. 2016. *In both parties, men and women differ over whether women still face obstacles to progress*, Pew research

Gazzola, P. Sepashvili, E., Pezzett, R. 2016. *CSR as a mean to promote gender equality* Vol. 7 - N. 1/2016 *Economia Aziendale Online* pp95-99 Working Paper

Goldin, C. and Rouse, C. 2000. *Orchestrating Impartiality: The Impact of "Blind" Auditions on Female Musicians*. *The American Economic Review* 90.4 (2000): 715-741.

Guillaume, C. Pochic, S. 2007. *La fabrication organisationnelle des dirigeants. Un regard sur le plafond de verre*, *Travail, genre et sociétés* 2007/1 (N° 17), p. 79-103. DOI 10.3917/tgs.017.0079, p. 92.

Harper, S. et Al. 2017. *Contributions by Women to Fisheries Economies: Insights from Five Maritime Countries*, *Coastal Management* 2017, VOL. 45, NO. 2, 1-16

Intrafish 2015: October the 9th, 2015.

<http://www.intrafish.com/topic/womeninseafood/648168/women-in-seafood-ewos-hilde-waage>

Kimmel, M. 2016. *Privilege is invisible to those who have it: engaging men in workplace equality* The Guardian, Interview by Fiona Smith, April 2016.

Kruijssen, F., McDougall, C., Van Asseldonk, J.M. 2017. *Gender and aquaculture value chains: A review of key issues and implications for research* <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2017.12.038>

Laufer, J. 2013. *Le plafond de verre : un regard franco-américain*, dans Margaret Maruani (dir.), *Travail et genre dans le monde, l'état de savoirs*, La découverte, Paris, 2013, p. 301.

Lefèvre, C et al., 2009. « 12. Les employeurs, un autre acteur de la politique familiale ? », in Ariane Pailhé et al., *Entre famille et travail*, La Découverte « Recherches » 2009, p. 287-306.

Maruani, M. 2013. *Travail et genre dans le monde, l'état de savoirs*, La découverte, Paris, 2013, p.9.

Mc Kinsey 2010. *Women at the top of corporations: Making it happen*. 28p. [on line] http://www.mckinsey.com/features/women_matter

Monfort, M.C. 2015. *The Role of Women in the Seafood Industry*. GLOBEFISH Research Programme, Vol. 119. FAO, Rome (67pp).

Parizot, I. 2010. "L'enquête par questionnaire", in Paugam, S. (dir.): *L'enquête sociologique*. Quadrige/PUF, Paris.

Pettersen, L.T. Alsos G.A. (2007): *Change and stability: The Role of Women in Norwegian Fish Farming*. MAST 2007, 5(2):93-121

Powell, S. 2016. *Gender Equality and Meritocracy Contradictory discourses in the Academy* Doctoral Thesis Swedish University of Agricultural Sciences Uppsala 2016

Statistics Norway 2016. *Akvakultur. Oppdrett av laks og regnbueørret. Personer i arbeid, etter region, produksjonstype, kjønn, statistikkvariabel og år*

STECF. 2012. *Economic Performance of the EU Fish Processing Industry Sector (STECF-OWP-12-01)*, Scientific, Technical and Economic Committee for Fisheries. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Williams, M. 2017. *What are the challenges in the path of achieving gender equality in fisheries and what should our priorities be?* Yemaya, Issue N°54 ICSF [on line]

Willson, M. 2016. *Seawomen of Iceland: Survival on the Edge*. Seattle: University of Washington Press, 2016. Project MUSE.

World Bank. 2012. *Hidden Harvest: The Global Contribution of Capture Fisheries*. The World Bank, FAO, World Fish Center.

WSI 2016. *Few women at the Top*, November 2016

WSI 2017 Watch Review. Annual Report 70p.

WSI 2018. *Why are there so few women speakers at seafood conferences?* January 2018 In Undercurrents news.

À venir 2018

WSI Concours de Vidéo

Avec le soutien de MATIS et de l'Agence Française de Développement (AFD), WSI a organisé pour la seconde année le concours de vidéo « women in seafood »

womeninseafood@wsi-asso.org

Les vidéos gagnantes 2018

<https://wsi-asso.org/2018-video-competition/>.

Le concours est reconduit en 2019 : A vos caméras ou téléphone !

WSI at OECD-FAO Vigo Dialogue

To make sure that discriminations against women and their rights will be taken into account in the guidance document about promoting social sustainability in the fisheries sector all along the fisheries value chain that OECD and FAO are building.

<http://www.fao.org/blogs/blue-growth-blog/vigo-dialogue-building-socially-responsible-fisheries-value-chains/en/>

WSI à GAF7

WSI présentera les résultats de cette enquête dans le cadre de GAF7, la 7e conférence consacrée aux sciences sociales dédiées à ces questions dans cette industrie. Marie Christine Monfort animera la session réservée aux entreprises privées, en présence de Thai Union.

<https://www.gafconference.org/home.htm>

WSI anime une table ronde à la 1^{ère} conférence internationale des femmes dans la pêche

Le ministère espagnol de l'agriculture, de la pêche, de l'alimentation et de l'environnement organise la première conférence internationale rassemblant les associations consacrées aux femmes dans l'univers des produits de la mer. Ce rassemblement aura lieu les 5, 6 et 7 novembre 2018 à Santiago de Compostelle, Espagne.

<https://servicio.pesca.mapama.es/cimujerespesca/>

Si vous souhaitez recevoir la lettre périodique de WSI, envoyez-nous un message à

womeninseafood@wsi-asso.org

Ce rapport vous est offert par les sponsors de WSI. Si ce sujet vous intéresse, vous pouvez nous aider à produire, éditer et distribuer ces informations en nous soutenant :

<https://wsi-asso.org/join-wsi/>

Ce document a été traduit méticuleusement par Marie Christine Monfort et mis en page délicatement par Véronique Dupont.

www.wsi-asso.org

Suivez-nous sur twitter: [@SeafoodWomen](https://twitter.com/SeafoodWomen)

Contactez nous : womeninseafood@wsi-asso.org