

Recommandations SIP 2020

Penser et agir pour l'égalité

Document de travail au 21/04/2020

Rédaction: Farah El Hour, Aude Virgo & Mayliss François
(may@smart.coop)

Sommaire

Introduction	3
1 — Smart lance une enquête.	4
2 — Smart accompagne l’entrepreneuriat féminin.	5
3 — Smart réfléchit à son mode de gouvernance.	6
3.1 — Smart conserve les quotas.	6
3.2 — Smart explore d’autres méthodes de gouvernance.	6
4 — Smart communique en veillant à l’égalité de genre.	7
5 — Smart assume ses valeurs liées au genre.	8
5.1 — Smart sensibilise son équipe mutualisée.	8
5.2 — Smart engage un·e chargé·e de projet « égalité »	8
6 — Smart défend les travailleurs·euses les plus précarisé·e·s.	9
6.1 — Smart maintient et renforce son rôle de lobby.	9
6.2 — Smart réfléchit à toutes les aides concrètes et financières.	9
Des liens bibliographiques, pour aller encore plus loin	10

Introduction

Ce projet de recommandations est le fruit de deux rencontres en visio-conférence. Le forum prévu initialement à Liège le 2 avril 2020 dans le cadre de Smart in Progress a dû être annulé en raison de la situation sanitaire. Néanmoins, malgré le changement de format et peut-être même grâce à lui, une petite vingtaine de participant-e-s se sont réuni-e-s sur les deux séances et ont pu échanger autour des questions liées au genre dans leur quotidien et au sein de leur entreprise partagée.

Dans ce projet de recommandations, il a semblé important de passer en revue des moyens qui pourraient outiller des démarches d'émancipation et d'égalité ; mais le temps imparti n'a pas permis d'aller suffisamment loin, ou du moins aussi loin qu'il aurait été souhaité. Il a semblé indispensable au groupe d'envisager une suite à ce travail vu l'importance de la thématique.

L'envie d'aller plus en profondeur s'est couplée avec un désir de faire appel à des regards extérieurs et des spécialistes. Il paraît également assez pertinent de chercher d'autres expériences réalisées dans des coopératives similaires à Smart.

Le groupe, animé par Farah El Hour, a également perçu assez vite la difficulté de rester centré uniquement sur la thématique de l'égalité du genre, constamment des considérations pour les autres formes d'inégalité (envers les personnes défavorisées, les personnes en situation d'handicap, les minorités visibles, etc.) se sont mêlées. Les désirs de décadrer se sont faits ressentir non par envies de rébellion mais simplement parce que les thématiques visent les mêmes objectifs.

Les singularités de chacun-e doivent être reconnues et portées par Smart. Les sociétaires de Smart sont diversifié-e-s, leurs activités aussi. Une recommandation commune ressort d'ailleurs de l'ensemble des groupes de travail du processus Smart in Progress de cette année : l'importance de prendre en compte les spécificités de chacun-e dans l'accompagnement et les services offerts par Smart.

Il semble important de souligner que Smart doit non seulement se positionner et communiquer clairement sur la thématique de l'égalité de manière large, mais que Smart doit également mettre en place des outils pratiques pour favoriser l'égalité au quotidien de l'ensemble de la coopérative.

Ces outils peuvent être destinés directement aux femmes, mais pas seulement : s'adresser uniquement aux femmes comporterait en effet un risque de tomber dans un gap de polarisation. Il est indispensable d'être attentif à ne pas reproduire de ségrégation en n'invitant que les femmes au débat. Le débat sur l'égalité implique tout le monde, hommes, femmes et transgenres compris.

Pour rappel, si Smart doit déconstruire les stéréotypes de genres, ce n'est pas parce que c'est tendance mais pour que hommes, femmes et x se sentent égaux et égales face aux champs des possibles, que ce soit personnel ou professionnel.

Smart a, en effet, tout intérêt à permettre l'émergence d'une communauté composée de personnes pouvant donner le meilleur d'elles-mêmes pour pouvoir créer leurs activités et subvenir à leurs besoins dans un cadre incluant leur singularité.

1 — Smart lance une enquête.

Smart **réalise une enquête** afin de connaître les réels besoins en formations et en informations des entrepreneur-e-s, des hommes, des X et des femmes, tout en intégrant une attention très particulière aux aspects de genre, de diversité, de mixité.

Plus spécifiquement : les besoins en espaces non-mixtes, les besoins de passerelles entre femmes et hommes, les besoins d'ateliers concernant les notions de genres/mixité/diversité...

Cette enquête permettrait de pouvoir déterminer le public et les besoins évalués, de prendre la température sur ces sujets de façon plus large qu'au sein d'un groupe de travail. Une analyse plus poussée permettrait de mesurer l'utilité de mettre au catalogue des formations plus adaptées, d'inscrire dans l'agenda des rencontres et ateliers pouvant ouvrir le débat sur l'égalité/diversité, de réfléchir à donner certaines de ces formations en non-mixité sur certaines thématiques...

2 — Smart accompagne l'entrepreneuriat féminin.

Alors que Smart connaît une population féminine qui touche plus à l'équilibre que dans le monde des indépendant-es ou même de la population dite active, il semble indispensable de tenter d'en connaître les raisons. Certains éléments sont sortis des discussions et ainsi l'idée de « être chez Smart, c'est moins contraignant qu'être indépendant-e ».

Il a semblé évident que les freins liés à l'entrepreneuriat féminin étaient liés notamment au mythe de l'entrepreneur au masculin perçu comme fonceur, charismatique.

Que Smart **propose** dès lors **des ateliers sur la déconstruction du mythe de l'entrepreneur** comme un mythe masculin, semble un bon commencement.

Smart **inscrit, au catalogue, des formations** pour les sociétaires femmes comme par exemple : oser entreprendre, se faire confiance, s'affirmer en public, oser déterminer le prix correct de sa rémunération, self-défense...

Smart **propose un mentoring** entre femmes-entrepreneures et des moments d'échanges de savoir-faire, d'expériences au sein des filières. Il semble important de réfléchir à comment Smart pourrait mettre ce mentoring en place, aux avantages qu'aurait ce mentoring et sur quoi devrait s'appuyer dans la pratique ce mentoring.

3 — Smart réfléchit à son mode de gouvernance.

Le groupe de travail a réfléchi à différentes méthodes de gouvernance qui permettraient d'assurer une représentation égale entre les genres au sein des instances dirigeantes de Smart et ainsi marquer, dans le concret, l'importance du sujet pour Smart.

Quel que soit le moyen imaginé, il semble indispensable que ces méthodes de gouvernance **soient testées et surtout évaluées régulièrement**. L'idée n'est pas d'afficher publiquement une démarche liée au genre mais bien de trouver une méthode efficace et efficiente qui permette que l'égalité soit présente dans le temps et réfléchi régulièrement. Une méthode qui fonctionnerait un temps pourrait ainsi être délaissée pour un autre processus plus égalitaire.

Ces méthodes telles que les quotas, le tirage au sort ou l'alternance permettent de dépasser les biais qui font que parfois les femmes ne se proposent pas aux postes de responsabilités.

Ces méthodes doivent être également complétées par des principes de gouvernance qui restent attentifs à l'égalité : parité de la prise de parole (publique ou en réunions), modes de décisions qui permettent à toutes les voix de s'exprimer, etc.

3.1 — Smart conserve les quotas.

Smart **conserve au sein des instances de décisions les quotas de genre**. Le groupe constate que les quotas permettent de rattraper le retard pris en termes d'égalité de genre.

Même s'il est malheureux de devoir passer par une obligation de quotas, c'est encore ce qui fonctionne le mieux pour contrecarrer les disparités d'éducation et les inégalités intégrées.

3.2 — Smart explore d'autres méthodes de gouvernance.

Le groupe de travail a noté différentes méthodes déjà existantes qui pourraient être envisagées.

Une **alternance** entre les mandats est un système qui oblige qu'un mandat soit porté durant une période déterminée par une femme, puis durant la période suivante par un homme.

Un **tirage au sort** permet que la gouvernance soit portée par des personnes aux profils variés et pas uniquement par celles qui se portent volontaires.

4 — Smart communique en veillant à l'égalité de genre.

Smart **adopte une communication** permettant de recréer l'imaginaire de ce qu'est être un·e bon·ne entrepreneur·e.

Dans ses offres d'emploi, dans ses catégories de professions, Smart **intègre systématiquement la féminisation** des termes. Elle adapte les cadres de compétences demandés dans les offres d'emploi pour démontrer des cadres moins masculinistes en évitant des termes associés au masculin comme « fonceur », « charismatique », etc.

Smart **a une vigilance du public** (des publics) auquel(s) elle s'adresse afin d'éviter des stéréotypes excluants.

Elle **veille à rendre visible toutes les catégories de travailleurs·euses**. Elle montre notamment des **modèles** de chef·fes ou d'entrepreneurs·e·s qui sortent des codes masculins. Elle contribue aussi à visibiliser les travailleurs·euses de plus de 50 ans.

Elle **portraitise des parcours de vie singuliers** qui présentent ainsi une pluralité de manières d'aborder sa vie professionnelle. Elle montre des images variées de ce que peut être la « réussite ».

Smart **porte une attention particulière à rédiger de manière incluante**, que ce soit en utilisant l'écriture inclusive, que ce soit en veillant à employer les dénominations féminines ou tout autre procédé permettant d'inclure l'ensemble de la communauté de Smart.

Smart **propose des ateliers sur l'impact de la communication genrée**, des ateliers sur des pistes pratiques comme l'écriture inclusive ou la féminisation des noms de métiers, elle permet ainsi aux sociétaires de s'en emparer (ou non).

5 — Smart assume ses valeurs liées au genre.

Smart **(s')affirme** et **communique clairement son positionnement et son engagement** quant aux questions de genre.

Smart **rédige, publie et met à disposition de ses sociétaires et du public un manifeste** rappelant les différents points auxquels elle croit et qu'elle défend.

5.1 — Smart sensibilise son équipe mutualisée.

Smart **veille à ce que son positionnement soit clarifié** pour toute l'équipe mutualisée et que cette dernière s'engage à y adhérer.

Cela permettrait ainsi dans un second temps d'**outiller ses conseillers-ères** à la situation et aux spécificités des entrepreneuses.

5.2 — Smart engage un-e chargé-e de projet « égalité »

Smart engage un-e chargé-e de projet « égalité » en vue de diffuser les informations liées à la thématique, cette personne pourrait mettre en valeur les actions concrètes et les initiatives prises.

6 — Smart défend les travailleurs-euses les plus précarisé-e-s.

6.1 — Smart maintient et renforce son rôle de lobby.

Souvent portée par des femmes (choix d'activités moins rémunératrices, métiers moins valorisés), la précarisation est un frein à l'indépendance personnelle et donc professionnelle.

Loin de vouloir combattre l'entraide (au sein des couples et des familles notamment), seule une véritable indépendance financière permet d'effectuer librement des choix professionnels, personnels et sociaux. Si l'autonomie, l'initiative et la responsabilité citoyenne sont véritablement des valeurs de Smart, alors elle se doit de **défendre les publics les plus précarisés**.

6.2 — Smart réfléchit à toutes les aides concrètes et financières.

Consciente que mettre en place certains systèmes pourrait aider la-le travailleuse-eur à se mettre au travail, Smart étudie la possibilité d'aider au mieux ses sociétaires.

Smart **explore quels sont les freins rencontrés au développement des activités et cherche activement comment aider au mieux ses sociétaires** en creusant les possibilités quant au congé de paternité, congé de maternité, droits en matière de congés sans soldes, congés pour soin à une personne âgée/enfant...

Smart **se montre créative** dans sa manière d'aborder la faisabilité d'offrir certaines aides.

Ainsi, Smart cherche la possibilité de faire entrer, comme **notes de frais professionnelles**, les frais de **babysitting**.

Smart **met en place un service d'aide sociale ou/et psychologique**, qu'il soit externe ou interne. Elle permet aux sociétaires de déposer certaines situations. Smart améliore l'outillage de ses conseillers-eres pour qu'ils-elles puissent faire face à ces situations sociales difficiles. Smart se questionne sur le mot d'ordre qu'elle donne lorsqu'un cas de détresse mentale et psycho-sociale est perçu par un-e conseiller-e. (Comment doit réagir un-e conseiller-e face à ce type de cas ? Vers qui peut-il-elle chercher de l'aide ?)

Smart **entame une réflexion** de ce qui pourrait être envisagé pour que les sociétaires bénéficient de **réductions à aller voir un-e professionnel-le d'aide psycho-sociale** au sein de Smart.

Smart **recherche des mesures positives** à mettre en place afin de faciliter l'accès à l'égalité en termes de **rémunération**. Elle réfléchit aux services qui pourraient être mis en place pour répondre aux besoins différenciés par le genre de ses sociétaires.

Des liens bibliographiques, pour aller encore plus loin

Sur la thématique :

Le wiki: <http://3-com.be/smartinprogress/?DocEgalit%C3%A9>

Sur l'écriture inclusive :

Guide de féminisation de la FWB: http://www.federation-wallonie-bruxelles.be/index.php?id=detail_article&no_cache=1&tx_cfwbarticlefe_cfwbarticlefront%5Baction%5D=show&tx_cfwbarticlefe_cfwbarticlefront%5Bcontroller%5D=Document&tx_cfwbarticlefe_cfwbarticlefront%5Bpublication%5D=946&cHash=94c04fc51f78bbbd89f7c21e60f7cd3c

Manuel d'écriture inclusive : <https://formeo.collectivitedemartinique.mq/wp-content/uploads/2017/12/Manuel-écriture-inclusive-2019.pdf>

Sur la non-mixité comme dispositif :

<http://lmsi.net/La-non-mixite-une-necessite>

<http://www.slate.fr/story/156221/feminisation-metiers-pouvoir>

Olivia Gazalé, Le mythe de la virilité

Retours des participants à la visio-conférence du 28/04

Lors de cette visio-conférence, il a été noté qu'il serait utile également de traiter le **sexisme ordinaire**.

Le sexisme au quotidien est un sexisme qui structure les collectifs. Ce sexisme est très difficilement perceptible et à appréhender comme problème véritable.

Dans une enquête plus large, le sujet peut être abordé par des questions plus précises sur la thématique.

Pour agir concrètement, 3 phases sont proposées habituellement dans la pratique, au sein de plusieurs coopératives et associations :

-1-sensibiliser à la violence du sexisme ordinaire et faire émerger le sujet auprès des publics;

-2-donner l'opportunité/la possibilité pour ceux et celles qui le souhaitent -qu'ils elles se considèrent comme victimes ou non- **de se faire entendre et de témoigner** ; mettre en place une boîte pour recueillir des bribes d'infos et créer un espace pour récolter des entretiens plus ou moins construits qui évoquent et racontent la réalité que peut prendre le harcèlement, les problèmes juridiques, la violence physique, la violence verbale, la violence psychologique, le sexisme(..)

-3-faire voir à l'ensemble de la structure l'amplitude des cas de sexisme ordinaire rencontrés au sein de l'entreprise avec pour objectif d'augmenter les connaissances de tous sur le sujet.

Il est également bienvenu de **prévoir des debriefs** des situations en **non-mixité, en plus petits groupes...**

Intégrer une personne référente-ressource dans les structures en veillant à prévoir suffisamment de personnes et éviter ainsi un épuisement moral et physique facile : porter la douleur et les vécus traumatiques des autres n'est pas une mince affaire.

Durant cette visio-conférence, il a également été demandé que **Smart communique sur ce qui existe déjà au sein de Smart.**

Le "Collectif 8Smart" a ainsi amené beaucoup de curiosité auprès de certain·e·s sociétaires qui n'en avaient eu que des rumeurs...

Le **Collectif 8Smart** a été créé par des permanentes au début de l'année 2019. En effet, fatiguées de certaines pratiques, il leur semblait indispensable de mettre sur la table le sujet du genre au sein de l'entreprise Smart.

Tout d'abord, une pétition a tourné de façon spontanée (entendez "non systématique") dans l'équipe mutualisée pour bientôt récolter la signature d'une grande partie de l'équipe mutualisée. Celle-ci réclamait "simplement" que le sujet soit abordé. Vu les résultats de la pétition, le CA ne pouvait pas se permettre de traiter le sujet comme accessoire. Il a donc été décidé de créer un groupe de travail, le Smart in Progress actuel; un comité de pilotage a également vu le jour.

La structure de Smart particulièrement fort hiérarchisée vient de loin : les problématiques et les enjeux liés au genre sont nombreux et peuvent se traduire différemment dans le quotidien selon les équipes. Au départ, il est bien clair que les contestations ne naissent que des vécus récurrents des permanentes ; c'est dans un second temps qu'est apparue l'idée d'ouvrir le sujet aux situations rencontrées par les sociétaires. Il est en effet important de voir les similitudes, les cas spécifiques, mais aussi la globalité.

Si lors de la visioconférence, le manque de liens entre le groupe de travail et le "Collectif 8Smart" a été souligné, il a dû être rappelé que le Collectif n'avait pas de mandat, ni d'autorité, ni même d'existence autre qu'une celle d'une éphémère spontanéité et efficacité : il s'agissait bien d'un mouvement qui a lancé des actions et les actions sont maintenant en cours et institutionnalisées. Aujourd'hui, le "collectif" n'existe plus en soi.

Il a également été rappelé que les objectifs énoncés dès le départ de ce groupe de travail "Penser et agir sur l'égalité" visaient les sociétaires.

Néanmoins, cela n'empêche pas que des **moments de rencontres** puissent être mis sur pied entre le Comité de pilotage et le groupe de travail SIP en continuation, et les sociétaires qui le souhaitent, avec pour objectifs de rendre visible ce qui est fait/se donner de la force/se soutenir/collaborer/échanger/partager les bonnes pratiques et des pistes à appliquer (...)

Il serait également souhaitable et souhaité de traiter certains sujets comme :

-**l'impact de la violence conjugale** sur la mise en place d'une activité d'entrepreneur-euse.

-**la sensibilisation des sociétaires** sur la thématique (ex : Culture et genre...festivals...)

-l'autodéfense

