



RACONTE-MOI TON MÉTIER, UN MÉTIER QUI N'A PAS DE SEXE

« Raconte-moi ton métier,
un métier qui n'a pas de sexe »

Résultats de l'enquête menée
auprès des entreprises du réseau FACE



SOMMAIRE



Préambule

1. La situation actuelle des entreprises
2. L'engagement pour la mixité professionnelle et les actions
3. Les difficultés rencontrées

FACE



Préambule

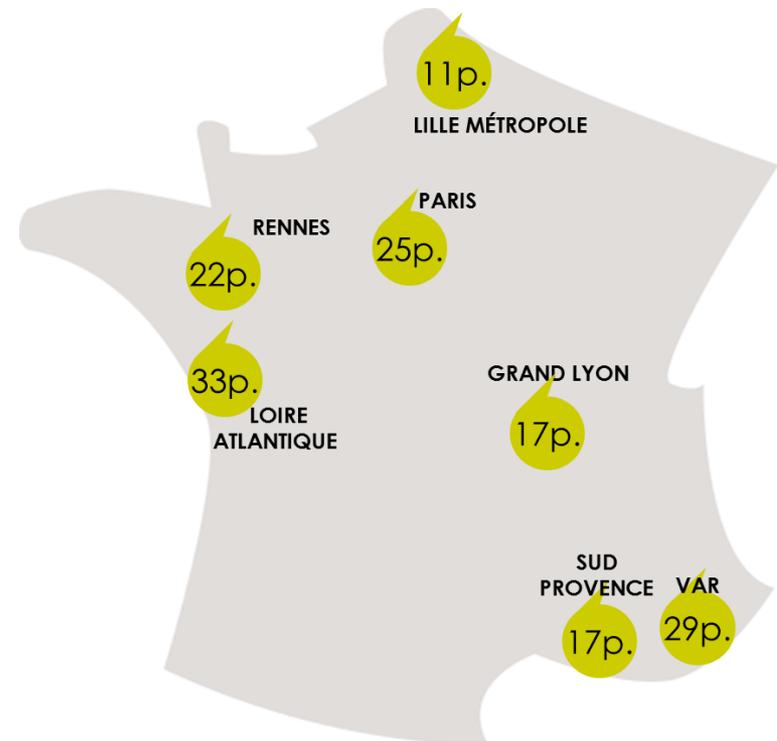
Une participation très satisfaisante

453 REpondant-E-S France entière, dont 449 questionnaires ont été exploités pour l'analyse

RAPPEL METHODOLOGIQUE

- Questionnaire **on-line**
- Adressé du 25 septembre au 30 octobre 2015...
 - Aux entreprises du **réseau FACE**
 - A des entreprises prospects directement contactées par les **7 clubs** fortement impliqués dans le projet

7 CLUBS particulièrement impliqués, avec 154 répondant-e-s



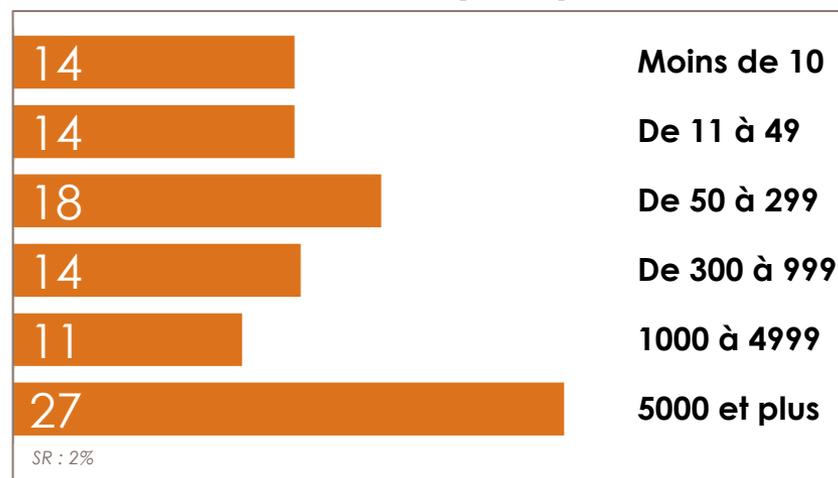
FACE

Au sein de l'échantillon, un équilibre grandes entreprises / ETI-PME-TPE...

Type d'organisme ou d'entreprise (en %)

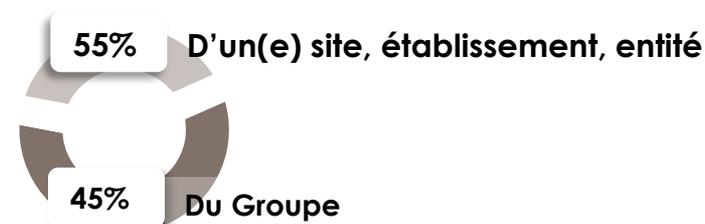


Nombre de salarié-e-s (en %)



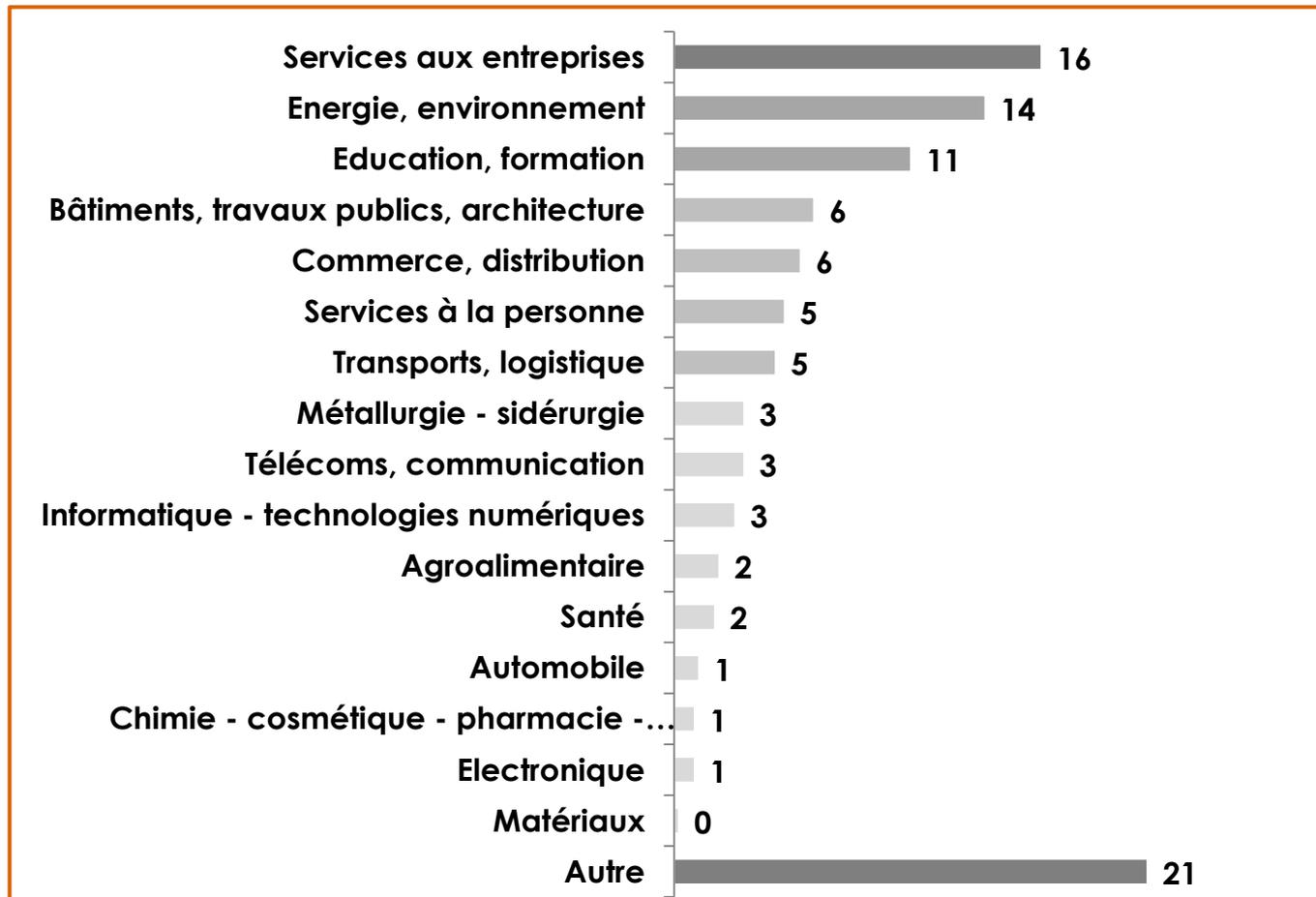
Travaille au niveau (en %)

Filter : 257 répondants en grande entreprise, ETI ou PME comprenant plusieurs établissements, sites, entités, soit 57% de l'échantillon



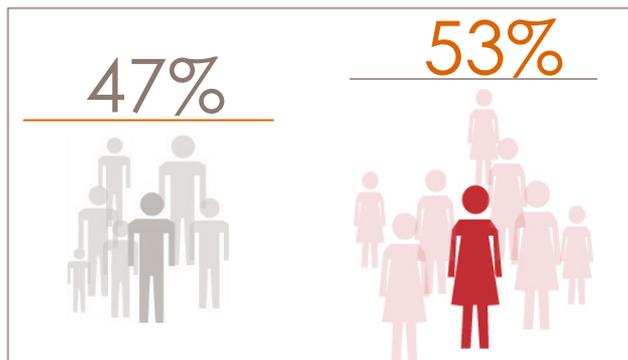
... et une variété de secteurs représentés

Secteur d'activité (en %)

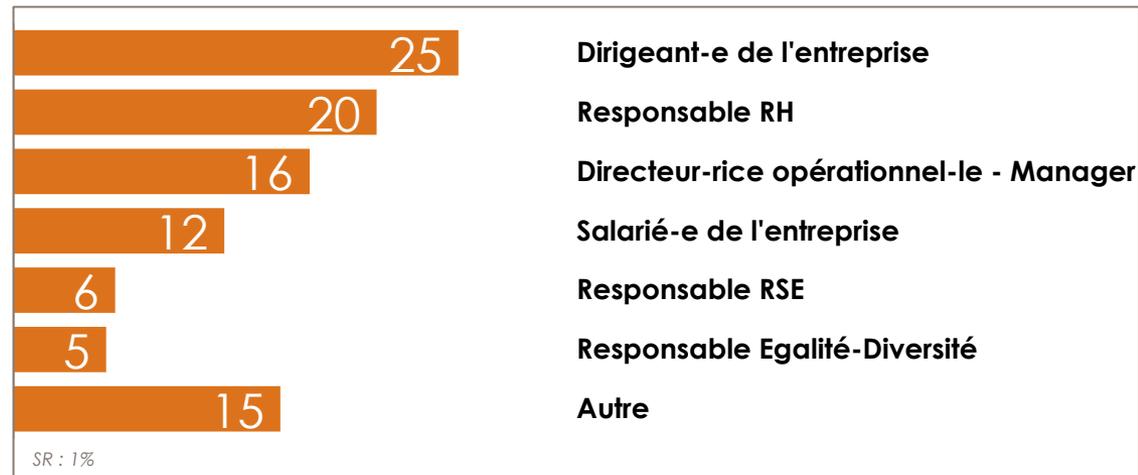


Profil des répondant-e-s : la plupart sont des responsables en entreprise, avec une variété de fonctions ; Une mixité des genres : 1/2 hommes et 1/2 femmes

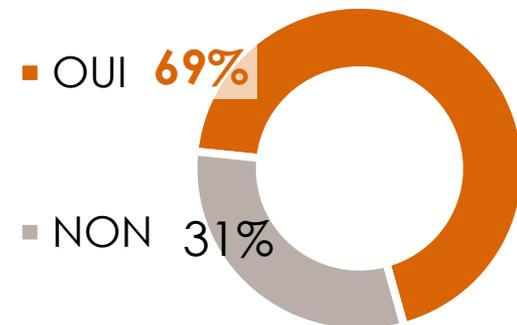
Répartition par sexe



Poste occupé (en%)



Le poste que vous occupez est-il un poste de management ?





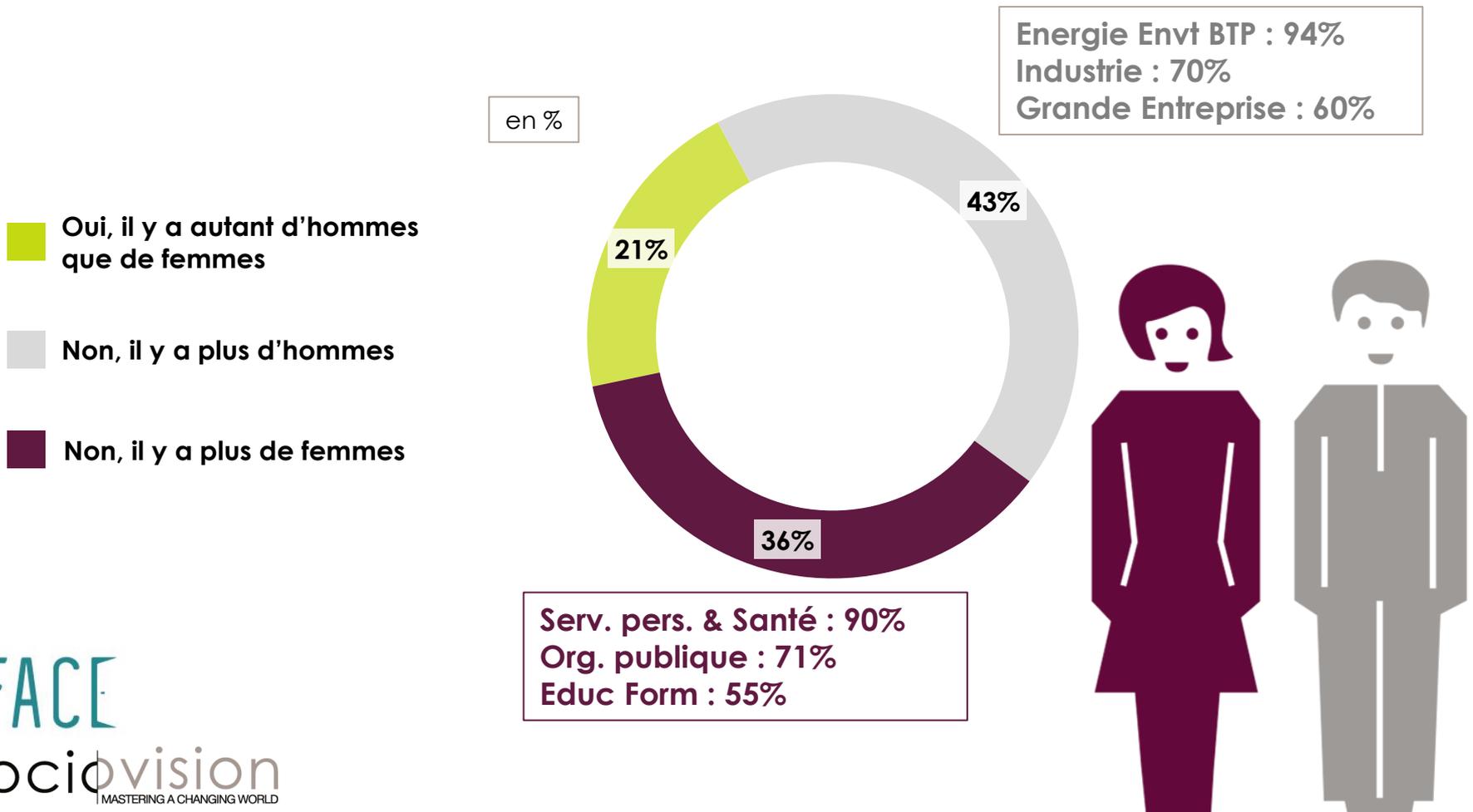
1

La situation actuelle des entreprises

4/5 entreprises ont une répartition hommes/femmes déséquilibrée



Selon vous, y-a-t-il autant d'hommes que de femmes travaillant dans votre entreprise ?



FACE

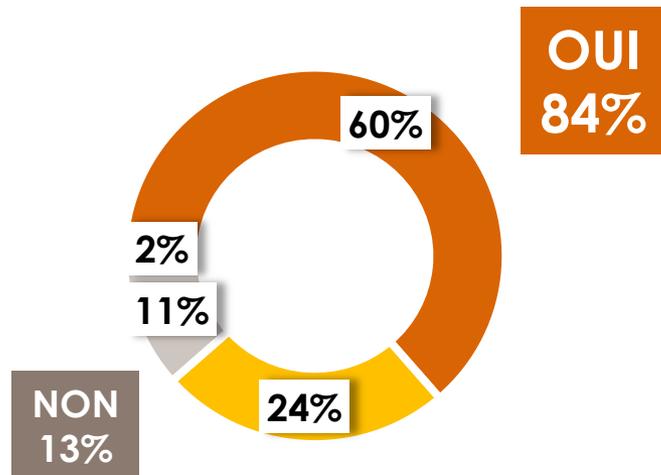
sociovision
MASTERING A CHANGING WORLD

Dès le recrutement, un décalage entre les postes offerts et les candidatures reçues



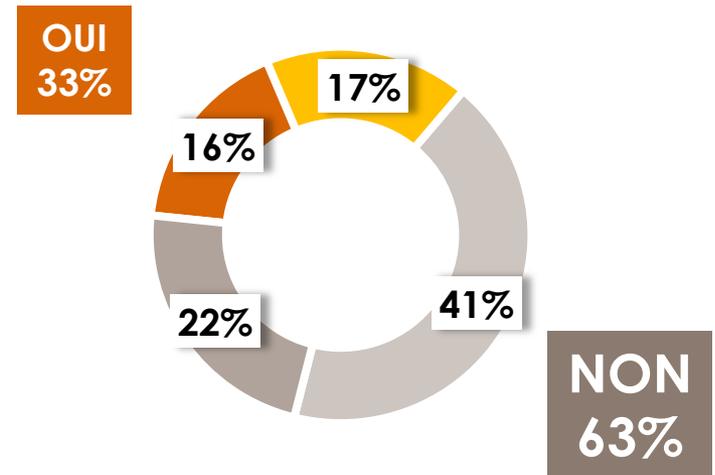
Diriez-vous que dans votre entreprise...

Tous les postes sont accessibles aussi bien
aux femmes qu'aux hommes



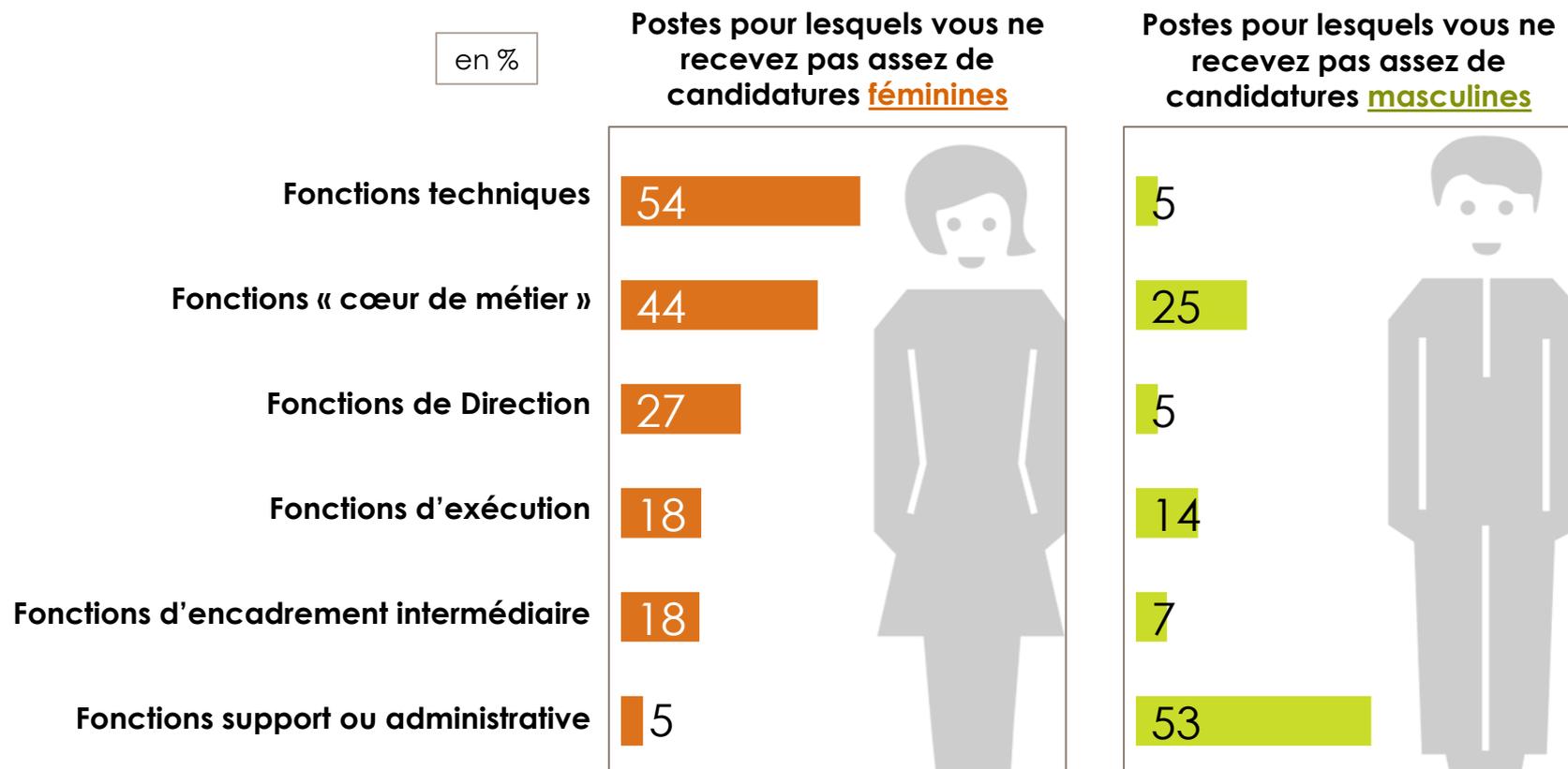
SR : 3%

Au moment du recrutement (externe ou interne)
sur un poste, vous recevez autant de candidatures
féminines que masculines sur l'ensemble des postes



SR : 4%

Bilan comparé H/F : le type et le niveau des postes concernés diffèrent...



Filter : 282 répondant-e-s dont l'entreprise ne reçoit pas autant de candidatures féminines ou masculines, soit 63% de l'échantillon

Les raisons évoquées sont proches dans les 2 cas et semblent principalement externes à l'entreprise

en %

Raisons pour lesquelles vous ne recevez pas assez de candidatures **féminines**

Raisons pour lesquelles vous ne recevez pas assez de candidatures **masculines**

Un **manque d'attrait** pour la fonction/métier

56

61

Un **vivier insuffisant**, un manque de personnes formées

45

31

Des contraintes physiques

33

1

Les horaires, le rythme de vie professionnelle

27

3

La réticence à travailler dans un secteur ou une activité non mixte

22

16

Le niveau de rémunération

4

20

Des raisons de sécurité

2

0

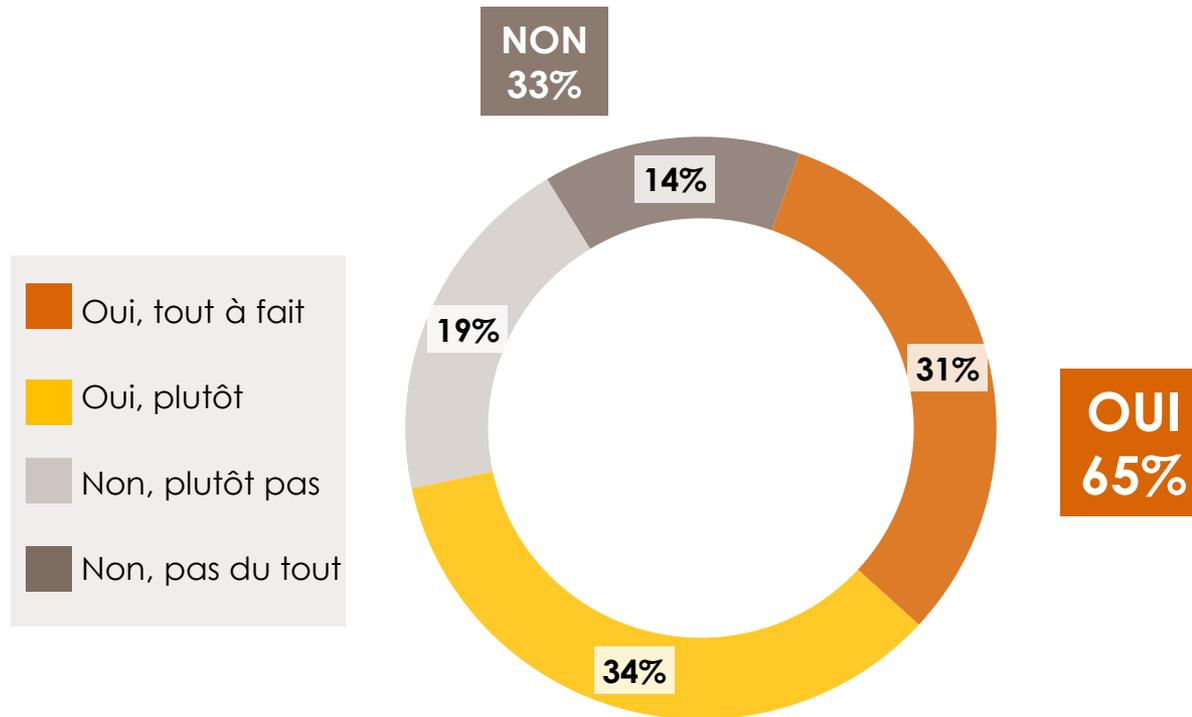
=> **Autres raisons évoquées (verbatim) :**
les stéréotypes, la culture...

Filter : 282 répondant-e-s dont l'entreprise ne reçoit pas autant de candidatures féminines ou masculines, soit 63% de l'échantillon

2/3 des entreprises considèrent que le contenu des annonces peut influencer l'acte de candidature



Selon vous, la manière dont un métier est décrit dans une annonce peut-elle influencer le fait de postuler ou non, selon que l'on soit un homme ou une femme ?



SR : 2%



*Oui
La description
influence*

Une annonce doit permettre une projection dans le poste

L'utilisation des mots employés peuvent laisser penser qu'un type en particulier est recherché

Les stéréotypes associés à certains métiers ou certaines compétences, **certaines expressions** (minutie / féminin), (métier technique / masculin)

=> On peut travailler la communication pour mettre en avant ce qui va présenter un attrait pour l'un ou l'autre sexe et contrebalancer les stéréotypes

*Non
La description
n'influence pas*

Nous n'avons pas ce problème

Les compétences priment, et si l'on veut on peut

Les annonces, même « genrées » du fait de la langue française, ont vocation à être universelles

Le stéréotype préexiste à l'annonce. Le frein est lié à l'image du métier



2

L'engagement pour la mixité professionnelle et les actions

Un levier pour continuer d'agir : la conviction partagée des bienfaits de la mixité professionnelle



Dans quelle mesure les entreprises partagent-elles les affirmations suivantes?



Pas du tout d'accord



Plutôt d'accord



Plutôt pas d'accord

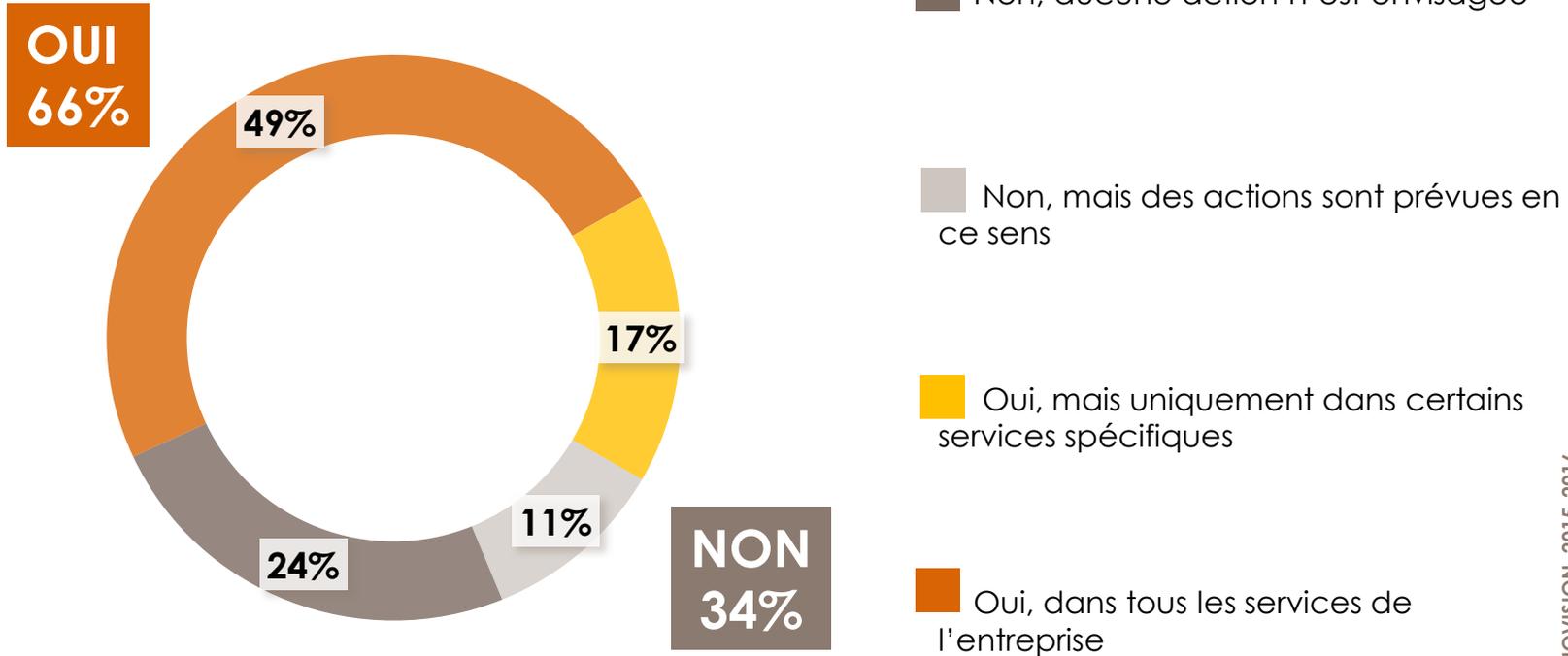


Tout à fait d'accord

2/3 des entreprises déjà engagées



Voire entreprise mène-t-elle des actions en faveur de la mixité professionnelle ?



La mise en place des mesures émerge d'abord d'une responsabilité de Direction



Pour quelles raisons les entreprises mettent-elles en place des mesures en faveur de la mixité professionnelle? (en%)

Filtre : 293 répondant-e-s dont l'entreprise mène des actions en faveur de la mixité professionnelle soit 66% de l'échantillon



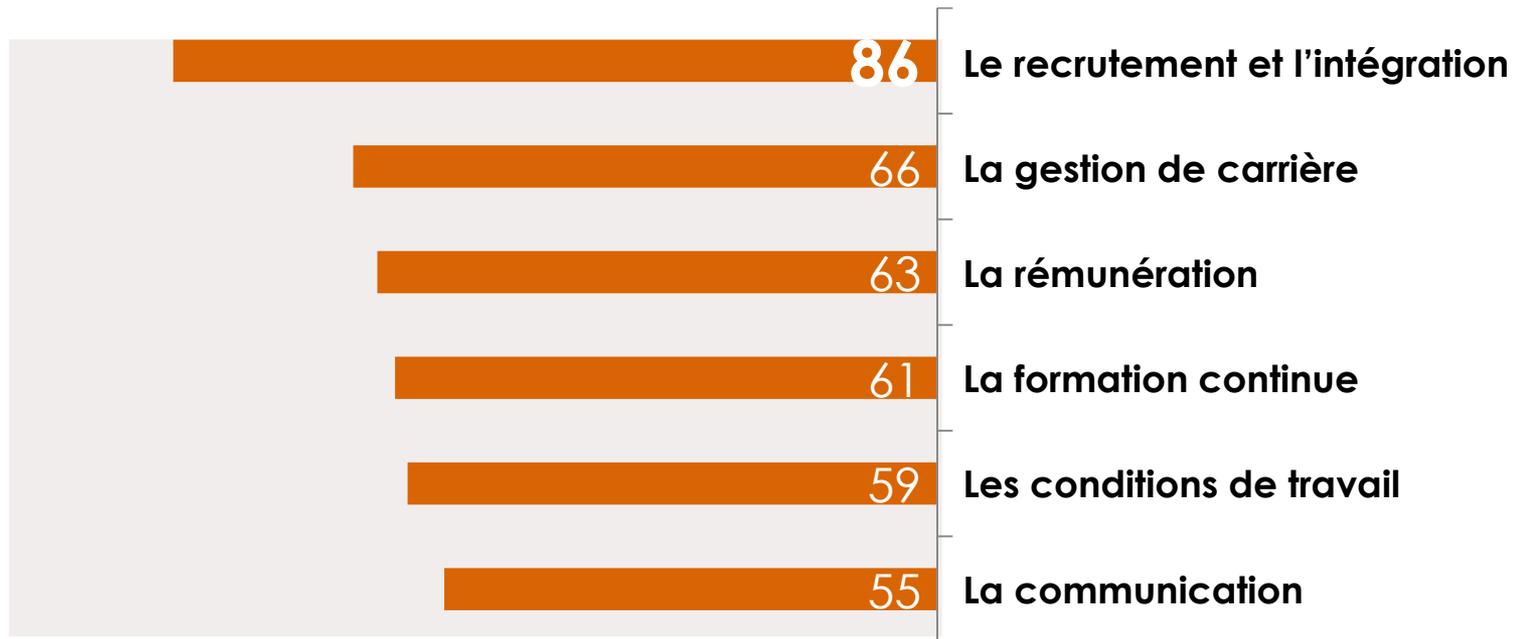
Des domaines d'actions diversifiés

Le recrutement et l'intégration sont les plus investis



Quelle proportion d'entreprises agissent dans les domaines suivants? (en %)

Filter : 293 répondant-e-s dont l'entreprise mène des actions en faveur de la mixité professionnelle soit 66% de l'échantillon



Les pratiques des entreprises

Ce qu'elles disent majoritairement faire

>60%

RECRUTEMENT ET INTEGRATION

Féminisation/Masculinisation des offres d'emploi, des fiches de postes, des intitulés de postes

GESTION DES CARRIERES

Egalité de traitement dans la gestion des carrières des collaborateurs-trices

Observation des situations comparées

Critères objectifs pour les promotions

CONDITIONS DE TRAVAIL

Mêmes conditions de travail H/F (vestiaire, équipements...)

Respect du rythme de vie personnel

Ce que la moitié d'entre elles font

50-60%

RECRUTEMENT ET INTEGRATION

Formation des personnes en charge de l'intégration aux enjeux de la Mixité

Accompagnement des nouveaux entrants via du tutorat

GESTION DES CARRIERES

% Promotions H/F = % H/F dans l'entreprise

CONDITIONS DE TRAVAIL

Réduction de la pénibilité physique des postes de travail

COMMUNICATION

Equilibre de la représentativité F/H

Communication sur le sujet Mixité

Actions de sensibilisation et de lutte contre les stéréotypes

Ce qu'elles font peu

<50%

GESTION DES CARRIERES

Objectifs chiffrés d'accès des F aux postes à responsabilité

Formations qualifiantes pour permettre aux H/F d'accéder à des métiers non mixtes

COMMUNICATION

Actions auprès des écoles pour encourager les candidatures

Communication sur les parcours d'H/F dans des métiers non mixtes

LABELLISATION OU ACCORD

Implication des partenaires sociaux

Référent-e dédié-e

Obtention d'un Label ; signature de la Charte européenne

F



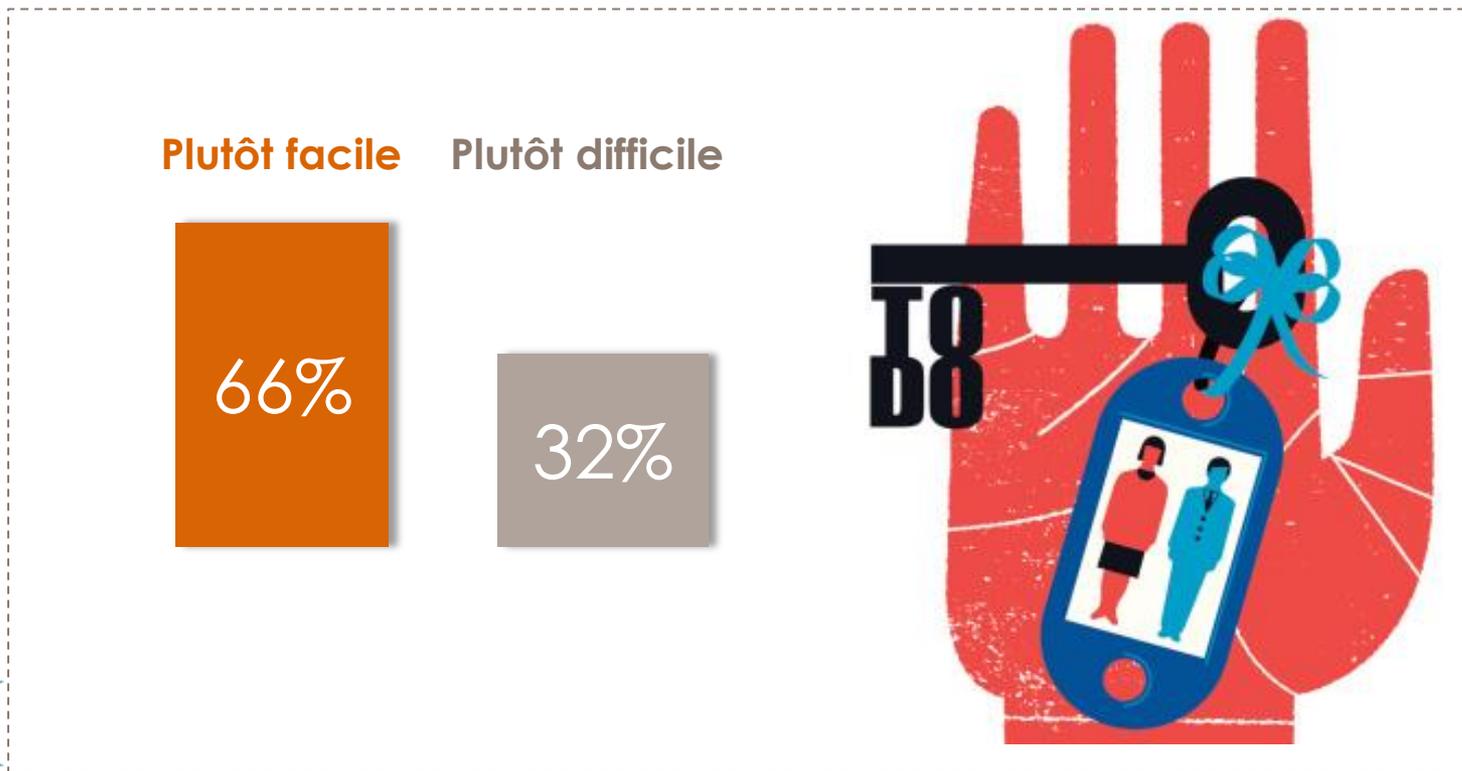
3

Les difficultés rencontrées

1/3 des entreprises qui agissent trouvent difficile leur mise en œuvre

Les entreprises estiment que la mise en place d'actions en faveur de la mixité est...

Filter : 293 répondant-e-s dont l'entreprise mène des actions en faveur de la mixité professionnelle soit 66% de l'échantillon



SR : 2%

FACE

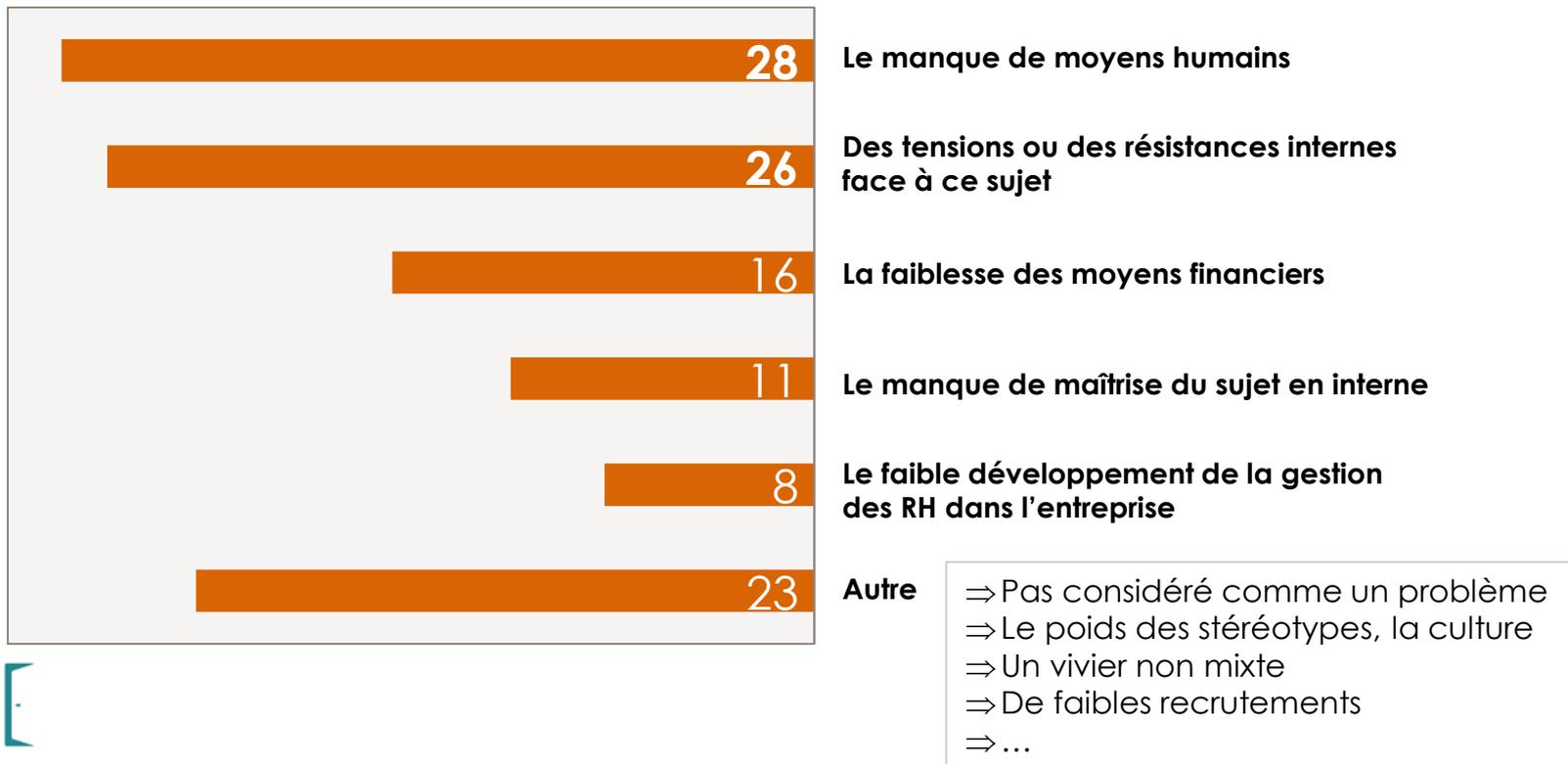
Pas de raison unique à ces difficultés

Le manque de moyens humains et les tensions internes sont les plus cités...



Quels sont les freins ou difficultés que rencontrent les entreprises dans la mise en œuvre d'actions pour favoriser la mixité professionnelle ? (en%)

Filtre : 293 répondant-e-s dont l'entreprise mène des actions en faveur de la mixité professionnelle soit 66% de l'échantillon



Les besoins d'accompagnement sont manifestes



Quels besoins d'accompagnement ont les entreprises pour parvenir à un meilleur équilibre entre les femmes et les hommes?

Un accompagnement dans la **mise en œuvre des actions promouvant la mixité**

35%

Un accompagnement sur la **révision des outils existants dans l'entreprise**

21%

Un accompagnement dans les **négociations avec les partenaires sociaux**

7%

Autre

25%

- ⇒ Agir sur le vivier
- ⇒ Agir sur l'image des métiers
- ⇒ Sensibiliser les dirigeants, acteurs et prescripteurs

SR : 27%

FACE

sociovision
MASTERING A CHANGING WORLD

sociovision
MASTERING A CHANGING WORLD