

LES PRINCIPES D'AUTONOMISATION DES FEMMES EN PRATIQUE



PRINCIPE 3

Garantir la santé, la sécurité et le bien-être des femmes et des hommes au travail

Sommaire

1. Contexte
2. Mesures
3. Défis
4. Résultats
5. Recommandations

ÉTUDE DE CAS : L'ORÉAL LUTTER CONTRE LE SEXISME ET LA VIOLENCE DOMESTIQUE AU QUOTIDIEN SUR LE LIEU DE TRAVAIL

DES ENSEIGNEMENTS TIRÉS DE L'EXPÉRIENCE

- Il est essentiel de s'attaquer aux comportements sexistes quotidiens auxquels les femmes sont souvent confrontées sur le lieu de travail pour promouvoir une culture d'inclusion sur le lieu de travail. Le sexisme quotidien comprend des actions, des paroles ou des attitudes qui peuvent sembler anodines en apparence mais qui créent de la souffrance au travail.
- Comprendre que le lieu de travail a un rôle essentiel à jouer dans l'aide aux victimes de la violence domestique et dans l'atténuation de ses effets constitue le point de départ pour garantir la sécurité et le bien-être de tout le personnel.
- Le fait de démontrer les répercussions de la violence domestique sur les entreprises, y compris la réduction de la productivité et le préjudice potentiel pour les autres sur le lieu de travail, peut contribuer à remettre en question l'idée selon laquelle il s'agit d'une affaire privée.
- La représentation de scénarios de la vie réelle par des études de cas pratiques anonymes peut être un moyen efficace d'élaborer des programmes de soutien aux employés et de sensibilisation à la violence domestique.
- L'établissement de partenariats avec d'autres organisations des secteurs public et privé favorise l'action collective qui fait progresser le programme de sécurité et de bien-être des femmes.

CONTEXTE

L'Oréal est un fabricant international de produits de soins personnels basé à Paris. L'entreprise présente un bon équilibre femmes-hommes, tant au niveau général qu'au niveau des cadres supérieurs. La représentation des femmes n'a cessé de croître au cours de la dernière décennie. Le nombre de femmes responsables de marques mondiales s'élevait à 43 % en 2010 et à 66 % en 2019, tandis que l'effectif total était composé de 64 % de femmes en 2010 et de 70 % de femmes en 2019.

L'Oréal s'est fortement engagé en faveur de l'égalité des chances, des droits de l'homme, de la sécurité et du bien-être, comme en témoignent deux initiatives phares :

1. **Réseau « Une femme sur trois »** : Un réseau européen d'entreprises engagées dans la lutte contre la violence basée sur le genre et la compréhension de ses répercussions sur les employés et les lieux de travail.
2. **#StOpE** : l'initiative de lutte contre le sexisme dit Ordinaire dans l'entreprise Stop Ordinary Sexism in Enterprises, ou #StOpE, vise à sensibiliser au sexisme au quotidien, à prévenir ces actes et à encourager leur dénonciation lorsqu'ils se produisent.

MESURES

Réseau « Une femme sur trois »

Dans le monde, une femme sur trois subira des violences physiques, psychologiques ou sexuelles au cours de sa vie et, dans la plupart des cas, ces violences seront perpétrées par un partenaire ou un ex-partenaire.

En novembre 2018, L'Oréal a été la première entreprise à rejoindre le réseau « Une femme sur trois ». C'est le premier réseau européen d'entreprises engagées contre les violences faites aux femmes. Il est dirigé par la Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE) et la Fondation Kering. Il est organisé sous le haut patronage de la Secrétaire d'État française chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la lutte contre les discriminations.

Grâce à ce réseau, six entreprises, dont L'Oréal, ont participé à une recherche novatrice visant à comprendre les expériences des employés en matière de violence domestique, à mesurer ses répercussions sur les entreprises et à évaluer la sensibilisation des employés aux ressources disponibles pour aider les victimes et leur utilisation.

Une enquête en ligne a été envoyée à 40 000 employés dans six pays (Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni), toutes les réponses étant anonymes. Une deuxième enquête a été envoyée aux responsables des ressources humaines et de la diversité, qui ont également été interrogés. Dans l'ensemble, 74 % des personnes interrogées étaient des femmes, la majorité étant plus jeunes, plus instruites et plus susceptibles d'être cadres.

Les résultats montrent que la violence domestique affecte les employés et les entreprises de multiples façons, notamment par des retards, l'absentéisme et l'incapacité à être pleinement productif au travail. Elle peut également compromettre la sécurité des personnes et de leurs collègues, des clients et de toute personne qui se rend sur le lieu de travail.

L'étude a été menée auprès de six entreprises européennes : L'Oréal, BNP Paribas, Carrefour, Kering, Korian et Oucare. L'enquête a été élaborée pour fournir une base de données probantes aux entreprises et fait partie des nombreuses activités menées par le réseau « Une femme sur trois ».

Afin de protéger et de garder confidentielles les réponses des entreprises participantes et des personnes interrogées, l'enquête menée auprès des employés a été analysée à l'échelle mondiale, en combinant les réponses de toutes les entreprises.

Voici quelques-unes des conclusions de l'étude :

- Dans l'ensemble, 16 % des femmes et 4 % des hommes ont déclaré subir ou avoir subi des violences domestiques (ce qui est nettement inférieur aux résultats d'autres enquêtes).
- Parmi les personnes victimes de violences domestiques, 55 % ont déclaré que cela avait affecté leur travail d'au moins une des trois façons suivantes : retard, absentéisme ou baisse de productivité.
- Parmi les personnes victimes de violences domestiques, 30 % craignent que cela affecte tellement leurs performances professionnelles qu'elles risquent de perdre leur emploi.
- Les appels téléphoniques, les messages, les courriels, les messages sur les médias sociaux, le harcèlement sur le lieu de travail ou à proximité et les menaces de contacter des collègues sont les principales voies de violence domestique sur le lieu de travail.

#StOpE

En décembre 2018, L'Oréal a lancé la campagne #StOpE pour lutter contre le sexisme quotidien sur le lieu de travail. L'entreprise s'est associée à Ernst & Young et Accor Hotels et a reçu le soutien de Brigitte Grésy, secrétaire générale du Conseil supérieur pour l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, en France.

« L'Oréal s'est engagé de longue date en faveur de l'égalité entre les sexes. La lutte contre le sexisme ordinaire sur le lieu de travail est une étape clé pour y parvenir », a déclaré Margaret Johnston-Clarke, responsable mondiale Diversité et Inclusion. « Le sexisme ordinaire peut se traduire par des gestes ou des comportements qui peuvent paraître anodins en apparence mais qui excluent ou déstabilisent les femmes et créent de la souffrance au travail. »

L'initiative #StOpE a incité près de 60 entreprises présentes en Europe, dont Air France, Christian Dior, IBM, Lenovo, Microsoft, Siemens et Total, à rejoindre la campagne.



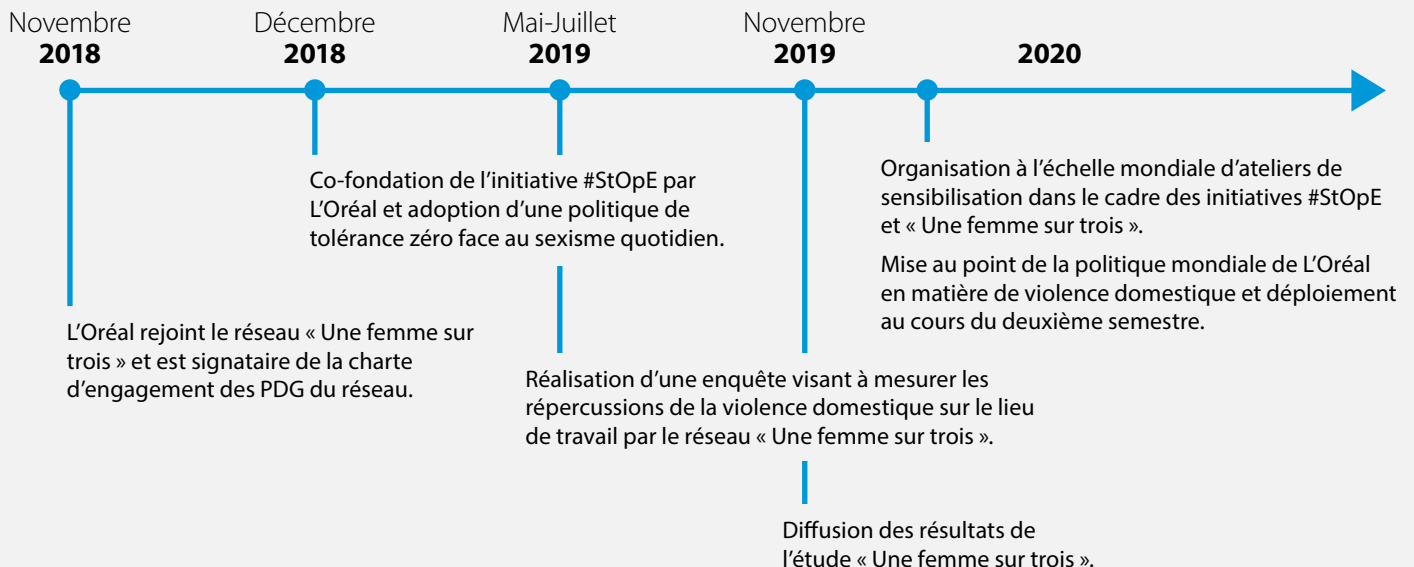
Les entreprises qui adhèrent à l'initiative #StOpE s'engagent à respecter huit engagements :

1. Adopter une politique de tolérance zéro à l'égard du sexisme quotidien.
2. Sensibiliser aux comportements sexistes et à leurs conséquences.
3. Assurer une formation ciblée de lutte contre le sexisme au quotidien.
4. Communiquer des informations aux employés pour lutter contre les comportements sexistes.
5. Encourager les employés à apporter leur contribution, par exemple en déterminant les comportements sexistes et en les remettant en cause.
6. Prévenir le sexisme et, lorsque de tels actes sont perpétrés, aider les victimes et les témoins pour qu'ils les signalent et pour que les responsables traitent la situation.
7. Punir les comportements sexistes et rendre publiques les mesures prises à l'encontre des auteurs.
8. Mettre au point des indicateurs pour suivre les progrès, tirer des enseignements et s'améliorer en permanence.

Grâce à #StOpE, une série d'exemples de bonnes pratiques visant à mettre fin au sexisme quotidien ont été répertoriés. Il s'agit notamment d'encourager les cadres et autres acteurs clés à démontrer leur adhésion en « s'inscrivant » activement dans la campagne, de mener des campagnes de sensibilisation pour montrer des

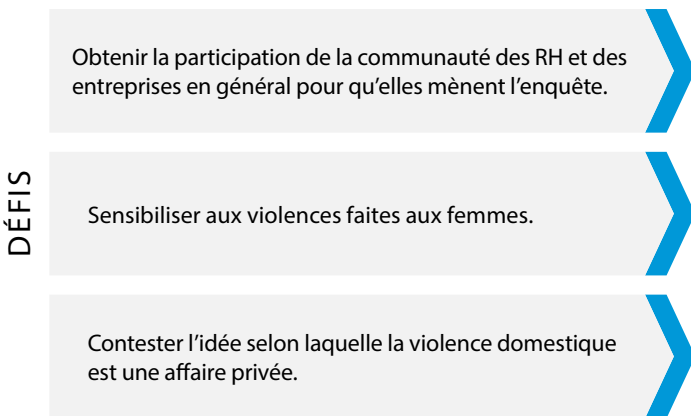
exemples de sexisme au quotidien et ses répercussions et d'organiser des formations volontaires et obligatoires pour les employés. Des outils pédagogiques, dont des guides sur le sexisme au quotidien et une formation en ligne obligatoire, ont également été mis au point.

CHRONOLOGIE



DÉFIS

L'une des difficultés de l'étude « Une femme sur trois » a été d'amener les gens à participer. L'appui public du directeur général de L'Oréal, Jean Paul Agon, et du directeur des ressources humaines, Jean-Claude Le Grand, s'est avéré crucial pour garantir la place de premier plan de ce projet.



Le caractère sensible du sujet et la conviction qu'il s'agissait d'une affaire privée ont contribué à freiner la participation des employés. Il y avait aussi simplement un manque de sensibilisation sur ces problèmes. Une série d'ateliers de travail a aidé les employés à comprendre le lien entre la violence domestique et le lieu de travail, et les résultats de l'enquête ont clairement démontré son incidence sur le lieu de travail.

Le soutien engagé du PDG et du directeur des ressources humaines du groupe a permis de remporter l'adhésion de toutes et tous.

Lancement d'une série d'ateliers de sensibilisation d'une demi-journée pour aider les employés à mieux comprendre le problème et le rôle de l'entreprise dans l'aide aux victimes.

La publication des résultats de l'enquête a permis de démontrer l'intérêt et l'importance d'un lieu de travail inclusif où les employés peuvent demander de l'aide.

MÉTHODE

RÉSULTATS

Les entreprises du réseau « Une femme sur trois » reconnaissent le rôle du lieu de travail dans l'aide aux victimes de la violence domestique et dans l'atténuation de ses effets. Chez L'Oréal, plus de 100 employés ont participé à un atelier de sensibilisation à la violence de genre en 2019. Des communications personnalisées ont été créées pour tous les pays participants et une formation en ligne est en cours d'élaboration pour toutes les entreprises du réseau.

L'initiative #StOpE a débouché sur une politique de tolérance zéro contre le sexisme et un courriel signé par les hauts dirigeants a été envoyé à tous les employés en France pour renforcer cette politique. La sensibilisation aux comportements sexistes et à leurs répercussions a été renforcée et des exemples de comportements sexistes ont été partagés en même temps qu'un questionnaire visant à tester la compréhension des employés.

Les huit engagements ont été présentés au public et les employés ont eu l'occasion de signer la charte. Des journées de sensibilisation ont été organisées pour mettre en lumière le sexisme ordinaire, dans le but de remettre en question les préjugés autour du sujet et d'encourager un débat interne. Les responsables des ressources humaines ont été formés pour conseiller les employés sur la manière de déceler le sexisme et de le dénoncer. Une note de service a également été envoyée à tous les employés en vue de définir les actes considérés comme répréhensibles et leurs conséquences.

RECOMMANDATIONS

« Lorsque nous pensons à l'inclusion, nous devons tenir compte des différents facteurs qui confèrent aux espaces de bureau un caractère inclusif pour les femmes », a déclaré Margaret Johnston-Clarke, responsable mondiale de la diversité et de l'inclusion. « Il ne s'agit pas seulement du congé de maternité, mais aussi de réfléchir à d'autres moyens grâce auxquels les femmes se sentent plus à l'aise. »

« Sont-elles à l'abri de l'ostracisme ou de tout jugement ? Peuvent-elles bénéficier de temps libre pour demander de l'aide en cas de violence domestique ? Y a-t-il des solutions de garde d'enfants ? Le lieu de travail doit évoluer pour tenir compte de tous les facteurs qui le rendent respectueux de la diversité », a-t-elle ajouté.








La lutte contre les violences faites aux femmes nécessite une série de programmes à long terme qui contribuent à prévenir ces violences et à les combattre là où elles se manifestent. Les supports de formation, les outils de sensibilisation ainsi que les programmes et services d'aide aux employés doivent évoluer en permanence.


Il est également possible de conseiller les cadres et les collègues sur la manière de s'entretenir avec les victimes de façon confidentielle et sans porter de jugement. Les femmes et les hommes occupant des postes de direction doivent aller à l'encontre des stéréotypes de genre pour tous les employés et peuvent travailler avec les hommes pour œuvrer en faveur de normes sociales positives.

LE RÔLE DES PRINCIPES D'AUTONOMISATION DES FEMMES


En 2014, le PDG de la société, Jean Paul Agon, a signé les principes d'autonomisation des femmes (WEPs). Les WEPs constituent un cadre de référence utile pour les ambitions de L'Oréal en matière d'égalité entre les sexes sur le lieu de travail. Les WEPs ont permis à L'Oréal de promouvoir davantage de


femmes à des postes stratégiques, de combler l'écart de rémunération entre les hommes et les femmes, ainsi que de proposer un congé parental généreux. Ils contribuent également à mettre en évidence auprès des parties prenantes de L'Oréal son engagement ferme en faveur de l'égalité entre les sexes.

- Principe 1  Disposer d'une équipe de direction favorable à l'égalité des genres.
- Principe 2  Traiter tous les hommes et toutes les femmes de manière équitable au travail – respecter et soutenir les droits humains et agir contre les discriminations.
- Principe 3  Garantir la santé, la sécurité et le bien-être des femmes et des hommes au travail.
- Principe 4  Promouvoir l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes.
- Principe 5  Mettre en œuvre des pratiques au niveau du développement de l'entreprise, de la chaîne d'approvisionnement et du marketing qui permettent d'autonomiser les femmes.
- Principe 6  Promouvoir l'égalité grâce à des initiatives au sein de la communauté et des activités de sensibilisation.
- Principe 7  Mesurer et communiquer publiquement sur les progrès réalisés en faveur de l'égalité des sexes.

 weps.org

 [@WEPrinciples](https://twitter.com/WEPrinciples)

 weps@unwomen.org

 [@Empower_Women](https://twitter.com/Empower_Women)

Financé par :

Produit par :

À l'appui des :



European Union



**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office