

# PACTE POUR L'ÉGALITÉ

## DOSSIER DE PRESSE

L'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes est loin d'être acquise : salaires, statuts, conditions de travail, partage des tâches et des responsabilités, stéréotypes... Le chantier reste immense, malgré des acquis incontestables.

Le Laboratoire de l'Égalité lance aujourd'hui son Pacte pour l'égalité, destiné à interpeller les candidats à **l'élection présidentielle de 2012** sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

Les thèmes retenus et les orientations générales sont présentés ci-dessous. Ces quelques propositions seront **complétées et enrichies** au fil des mois, par le travail du comité d'orientation, la consultation des 450 membres du réseau du Laboratoire de l'Égalité, et les résultats de la grande enquête réalisée auprès des Françaises et des Français par Mediaprism.

# Les orientations générales du Pacte pour l'égalité

## 1

### PARITÉ

#### ET ACCÈS DES FEMMES AUX RESPONSABILITÉS

---

*Instaurer la parité en politique, dans les entreprises,  
la fonction publique, les syndicats...*

- Suspendre le financement des partis qui ne présenteraient pas **50 % de candidates aux élections**, avec répartition équitable femmes-hommes dans les circonscriptions gagnables.
- **Réviser la loi sur la réforme des collectivités territoriales.**
- **Étendre la loi portant à 40 % la part des femmes dans les conseils d'administration** des entreprises : pour les directoires, les comités exécutifs et les comités de direction, donner obligation d'un plan d'augmentation de la mixité et faire rendre des comptes annuellement sur l'atteinte des objectifs et les moyens mis en œuvre. **Dans la fonction publique, tendre vers la parité dans les instances de décision** collégiales de l'administration d'État, territoriale et hospitalière.

## 2

### ÉGALITÉ SALARIALE

#### ET LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ

---

*Améliorer la situation des femmes qui cumulent basse qualification, CDD à répétition, temps partiel, faible rémunération, horaires décalés et monoparentalité.*

- Faire de l'égalité salariale une **priorité nationale** à l'image de la Sécurité routière, avec un plan de résorption des inégalités salariales sur 5 ans.
- **Faire appliquer les lois sur l'égalité professionnelle.**
- **Interdire les temps très partiels** de moins de 16 heures (sauf exceptions) et pénaliser le temps partiel subi (surtaxation des entreprises).

### 3

## TEMPS DE VIE ET IMPLICATION DES HOMMES

---

*Favoriser l'articulation travail-vie privée, dégager du temps pour sa famille.*

- **Rallonger le congé de paternité et réformer le congé parental** pour mieux impliquer les pères et ne plus pénaliser la vie professionnelle des mères.

Créer **500 000 places d'accueil des jeunes enfants** et garantir un temps d'accueil périscolaire de qualité, jusqu'à 18 h 30 en semaine, ainsi que le mercredi et pendant les vacances.

- Inciter et aider les pères à **s'investir davantage dans l'espace familial et domestique**. Les encourager, via l'entreprise, à mieux équilibrer temps professionnels et personnels.

- Produire **une analyse genrée de la dépendance** avant toute réforme gouvernementale. Les femmes sont concernées à tous les niveaux : le plus souvent, ce sont elles qui deviennent dépendantes, s'occupent de leurs proches vieillissants, et assurent les emplois d'auxiliaire de vie.

### 4

## PARTAGE D'UNE CULTURE DE L'ÉGALITÉ

---

*Lutter contre les stéréotypes et ouvrir les représentations de genre.*

- Lancer une **grande campagne de sensibilisation** à l'égalité femmes-hommes dans les établissements scolaires avec :

- une **formation obligatoire** des enseignants, ainsi que des personnels des crèches et de maternités ;

- **des animations et des cours** dispensés aux enfants et aux étudiants, de la crèche à l'université ;

- **une lutte contre les stéréotypes sexués** : veiller à une représentation égalitaire des femmes et des hommes dans les albums et les manuels scolaires, favoriser la mixité des équipes d'accueil, promouvoir l'égalité dans les choix d'orientation scolaire et professionnelle...

- Faire de la lutte contre les stéréotypes liés au sexe, une **grande cause nationale** déclinée sur une année, avec des moyens financiers pour une vaste campagne d'intérêt général.

# ***Les femmes et la présidentielle : résultats du sondage Mediaprism***

*Le Laboratoire de l'Égalité a fait réaliser en février 2011 par MediaprismGroup une enquête pour recueillir l'opinion des Français sur le sujet de l'égalité femmes-hommes en France.*

*Plus de 3 000 Français, représentatifs de la population française de 18 ans et plus, ont exprimé leur vision et leurs attentes à ce sujet.*

**Hommes comme femmes, les répondants à l'enquête s'accordent sur le fait que la question de l'égalité des genres est primordiale et doit faire l'objet d'une attention particulière des politiques**

La question de l'égalité femmes-hommes est jugée importante par une très large majorité des répondants à l'enquête (92 %). 8 personnes interrogées sur 10 pensent d'ailleurs que l'égalité femmes-hommes devrait être une préoccupation de tous les Français et de toutes les Françaises (81 %).

Pour les répondants, c'est tout d'abord les partis politiques qui doivent agir (67 %) puis le gouvernement en place (65 %), puis les entreprises (64 %). 9 Français sur 10 pensent que le travail des gouvernements sur l'égalité femmes-hommes n'a pas été suffisant.

**Près de 7 répondants sur 10 déclarent qu'il est important que le sujet de l'égalité femmes-hommes soit à l'ordre du jour de la présidentielle 2012.**

**En ce qui concerne les différences hommes / femmes, les idées reçues persistent... véhiculées, entre autres choses, par les médias et la publicité.**

65 % des répondants à l'enquête pensent que les différences de rôles entre les hommes et les femmes dans la société sont liées à des causes biologiques. Par ailleurs, un homme sur trois pense que le cerveau des femmes est différent du leur (31 % vs. 25 % chez les femmes).

Et moins de la moitié des répondants pense qu'il est plus difficile pour une femme que pour un homme de concilier pouvoir et vie personnelle (47 %).

Une majorité de répondants pense que les médias et la publicité entretiennent une image stéréotypée des hommes et des femmes (85 %).

**Parité en politique et accès des femmes aux postes à responsabilités : un combat qui n'est pas encore gagné**

Bien que faisant consensus au global, on s'aperçoit que l'égalité femmes-hommes est perçue à des niveaux différents selon le domaine considéré :

- Dans les instances de direction du domaine professionnel (privé ou public), syndical ou associatif, près de 80 % des répondants pensent qu'il devrait y avoir égalité des sexes ;

- En revanche, dans le domaine politique, les résultats passent à 70 %.  
Dans les mœurs, la politique est encore un domaine réservé aux hommes plutôt qu'aux femmes.

**Inégalité salariale et de responsabilité : les Français ont une connaissance médiocre de ces sujets, mais une forte volonté de changement**

De manière générale, les répondants ont un faible niveau de connaissance des inégalités femmes-hommes, qu'il s'agisse du domaine politique ou professionnel : proportion de femmes chez les maires, chez les dirigeants du CAC 40, etc. Pour chacun des items testés, seul un répondant sur deux environ en a connaissance, **mais les ¾ des répondants jugent qu'il faut que les choses évoluent dans chacun de ces domaines.**

Une large majorité de répondants (84 %) pense que **l'égalité salariale doit être une priorité nationale, avec des objectifs quantifiés, comme c'est le cas aujourd'hui pour la sécurité routière.**

**Méthodologie**

*L'enquête a été menée on line du 11 au 18 février 2011 auprès d'individus de 18 ans et plus issus de la communauté Email&Vous de 12 millions d'internautes de Mediaprism Group. L'échantillon de 3 131 répondants a été redressé de manière à être représentatif de la population française en termes de sexe, âge, CSP individu, lieu de résidence et revenus.*

# À propos du Laboratoire de l'Égalité

Pour obtenir sans plus attendre la mise en œuvre effective de l'égalité de traitement dans tous les secteurs de la vie économique et à tous les niveaux de décision, un groupe de femmes et d'hommes de différentes sensibilités politiques, exerçant des responsabilités dans la vie économique, sociale, universitaire, associative, ont créé le Laboratoire de l'Égalité.

L'expertise et l'influence des membres fondateurs et du comité d'orientation, ainsi que des réseaux publics et privés dont ils sont parties prenantes, constituent un des atouts de l'association.

En quelques mois, le Laboratoire de l'Égalité a déjà prouvé qu'il était une force de rassemblement, d'interpellation des décideurs publics et privés et de sensibilisation de l'opinion publique, capable d'émettre des propositions objectives et étayées sur les questions qui déterminent une vraie mixité dans l'univers professionnel et son articulation avec la vie privée (retraites des femmes, rythmes scolaires, congé parental).

## Le conseil d'administration du Laboratoire de l'Égalité

**Pascal Bernard** (directeur des ressources humaines et des affaires générales de l'Agence régionale de santé d'Île-de-France, vice-président de l'Association nationale des DRH), **Armelle Carminati** (Human Capital & Diversity Managing Director et vice-présidente Engagement & Diversité, Accenture Monde et France, présidente du réseau Accent sur elles), **Cécile Daumas** (journaliste à *Libération*), **Caroline De Haas** (animatrice de Osez le féminisme !), **Laurent Depond** (vice-président diversité du groupe France Télécom-Orange), **François Fatoux**, **Corinne Hirsch** (déléguée générale de la Fondation des femmes pour la Méditerranée), **Dominique Méda** (sociologue), **Sabine Salmon** (présidente de Femmes solidaires), **Nathalie Tournyol du Clos** (présidente de l'association Administration moderne), **Catherine Tripon** (porte-parole de L'Autre Cercle, membre du comité consultatif de la Halde), **Olga Trostiansky** (présidente de la CLEF - Coordination française pour le lobby européen des femmes).

## Le comité d'orientation du Laboratoire de l'Égalité

**Abdel Aïssou** (vice-président de Randstad France), **Jérôme Ballarin** (président de l'Observatoire de la parentalité en entreprise), **Christian Baudelot** (sociologue), **Marie-Line Brugidou** (syndicaliste), **Pascal Charvet**, **Mercedes Erra** (présidente de BETC Euro RSCG), **Jeanne Fagnani** (sociologue), **Eric Fassin** (sociologue), **Geneviève Fraisse** (philosophe et historienne), **Sylviane Giampino** (psychanalyste et psychologue), **Sihem Habchi** (présidente de Ni putes ni soumises), **Françoise Héritier** (anthropologue), **Maryse Huet** (vice-présidente d'Arborus), **Laurence Laigo** (syndicaliste), **Marie-Thérèse Lanquetin** (juriste), **Jacqueline Laufer** (sociologue), **Margaret Maruani** (sociologue), **Françoise Milewski** (économiste), **Michel Miné** (juriste), **Rachel Silvera** (économiste), **Serge Tisseron** (psychiatre et psychanalyste), **Catherine Vidal** (neurobiologiste).

### Laboratoire de l'Égalité

33 rue de Crussol  
75011 Paris

Contacts :  
Olga Trostiansky  
06 77 02 71 26

Hélène Kloeckner  
07 86 80 22 87

**[www.laboratoiredelegalite.org](http://www.laboratoiredelegalite.org)**  
**[contact@laboratoiredelegalite.org](mailto:contact@laboratoiredelegalite.org)**

## À propos de Mediaprism Group

Mediaprism Group (20 millions d'euros de CA en 2010) est le premier groupe intégré de marketing services en France. La force de Mediaprism Group s'articule autour de trois métiers différents : la maîtrise de la connaissance client, l'expertise d'une agence de communication et les compétences d'une régie ; une offre sans équivalent sur le marché français. Cette offre globale de communication autour de la connaissance client, nourrie par une base de plus de 36 millions de consommateurs français dont 8 millions d'adresses email opt-in, est déclinable en marketing relationnel, opérationnel, interactif, publicité commerciale, data consulting et location d'adresse on et off line... dans des secteurs aussi différents que la distribution, la banque-assurance ou le caritatif.

Elle permet à Mediaprism Group d'être présent sur les principaux grands marchés européens.



Commentaires et détails de l'enquête auprès de :

Frédérique AGNES

[frederique.agnes@mediaprismgroup.fr](mailto:frederique.agnes@mediaprismgroup.fr)

Laurence BILLOT-DAVID

[laurence.billotdavid@mediaprismgroup.fr](mailto:laurence.billotdavid@mediaprismgroup.fr)

Justine DELOMEL

[justine.delomel@mediaprismgroup.fr](mailto:justine.delomel@mediaprismgroup.fr)

01 53 29 10 00

<http://www.mediaprismgroup.fr/>