

Note relative aux actions positives que peuvent avoir les entreprises en matière d'égalité professionnelle

Les entreprises engagées dans une démarche d'égalité professionnelle et qui agissent notamment dans les domaines du recrutement, de la formation, des salaires, de la conciliation vie professionnelle/vie familiale, des gestions de carrière, interviennent à deux niveaux :

- l'affirmation de **l'égalité des droits** entre les hommes et les femmes impliquant la non discrimination entre salariés, à raison du sexe, qu'elle soit directe ou indirecte,
- **l'égalité des chances** en remédiant aux inégalités de fait rencontrées par les femmes dans le domaine professionnel. Elle vise à assurer l'égalité réelle et concrète par des actions spécifiques et temporaires, appelées « **actions positives** ».

I. Présentation du concept d'action positive

Définition donnée par les pouvoirs publics

« Action positive : action visant à promouvoir une plus grande égalité de fait au bénéfice des membres d'un groupe de personnes désavantagés en raison même de leur appartenance à ce groupe (femmes, personnes d'origine étrangère, ...).

Les mesures prises dans ce cadre doivent être temporaires, la préférence ne doit être ni excessive, ni exclusive, ni automatique.

L'égalité des droits constituant le principe fondamental, l'exception que représente l'action positive doit être d'interprétation stricte ».

Extrait du site du Ministère du travail

Introduction du concept dans le droit français

Le concept d'actions positives en direction des femmes a été introduit dans le droit français :

- Par la loi du 13 juillet 1983, dite loi Roudy, qui ouvre des droits particuliers pour les femmes. Des actions de formation peuvent être organisées au seul bénéfice des femmes dans le cadre d'un plan pour l'égalité professionnelle (art L-8 du Code du travail)
- Dans la loi du 9 mai 2001, dite loi Genisson, le principe d'action positive a été renforcé avec une sollicitation des partenaires sociaux qui doivent se réunir « *pour négocier sur les mesures tendant à assurer l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et sur les mesures de rattrapage tendant à remédier aux inégalités constatées* ».

- Les partenaires sociaux dans le cadre de l'accord interprofessionnel du 1^{er} mars 2004 ont réaffirmé ce principe « d'actions positives ».
- La loi du 23 mars 2006 prévoit que les écarts de salaire hommes/femmes devront avoir disparu avant le 31 décembre 2010.

Affirmation du principe d'actions positives dans un cadre européen.

En application de l'article 119 du Traité de Rome de 1957, posant le principe d'égalité de traitement hommes/femmes, différentes directives ont été adoptées, introduisant le concept d'actions positives :

- La directive du 9 février 1976, complétée par une directive du 23 septembre 2002, prévoit que des mesures visant à restaurer l'égalité des chances pourront être aménagées. Il s'agit d'actions positives, temporaires et proportionnées.
- Dans le cadre d'une recommandation du Conseil aux Etats membres, en date du 13 décembre 2004, relative « à la promotion des actions positives en faveur des femmes », la Commission européenne a été amenée à préciser ses orientations :

« considérant que les normes juridiques existant sur l'égalité de traitement qui ont pour objet d'accorder des droits aux individus sont insuffisantes pour éliminer toute forme d'inégalité de fait, si parallèlement des actions ne sont pas entreprises... en vue de compenser les effets préjudiciables qui, pour les femmes dans la vie active, résultent d'attitudes, de comportements et de structures fondées sur l'idée d'une répartition traditionnelle des rôles entre les hommes et les femmes dans la société ».

Mise en œuvre du concept d'actions positives dans les entreprises en France

Cette note s'intéresse à la manière dont les entreprises ont formalisé le concept d'actions positives dans leur accord d'entreprise avec des actions ciblant :

- les femmes dans les domaines :
 - du recrutement et de l'accès à certains métiers
 - des promotions
 - de la suppression des écarts de salaire, avec dans certains cas l'affectation d'une enveloppe salariale dédiée.
- les hommes dans les domaines :
 - de l'accès à certains métiers
 - de la parentalité.

II. Présentation des actions positives mises en œuvre dans les entreprises dans le cadre de leur accord égalité professionnelle

Éléments de méthodologie : les citations faisant référence à des entreprises sont issues de leur accord égalité professionnelle signé avec leurs syndicats

II.1 Actions positives en direction des femmes

Dans le domaine du recrutement

Des entreprises ont la volonté de féminiser certains métiers ou certaines fonctions et vont se donner des objectifs quantifiés pour rééquilibrer la part hommes/femmes.

- Ces objectifs de recrutement en matière de féminisation peuvent être liés aux promotions d'élèves sortant des grandes écoles (écoles d'ingénieurs,...)

EADS

Le groupe EADS et ses filiales se fixent pour objectif de porter à au moins 20% du total de ses recrutements, d'ici à la fin de 2006, les embauches de femmes dans chaque catégorie professionnelle

- Des entreprises définiront des objectifs de recrutement en nombre de femmes à embaucher sur un certain nombre de postes.

Aéroports de Paris.

Les parties signataires conviennent d'augmenter le taux de féminisation dans les secteurs fortement masculinisés pour atteindre la parité dans tous les métiers représentés. Dans ce but, elles définissent des métiers type pour lesquels un objectif d'augmentation du taux de féminisation est spécifiquement défini (10 métiers sont cités).

Exemple : conducteur de véhicule HQ : aucune femme sur un effectif de 32 agents. Augmentation de 10% = +6 femmes

- En amont des recrutements, certaines entreprises pourront se donner des objectifs chiffrés pour les stagiaires ou les apprentis.

PSA Peugeot Citroën

(Accord 2004).L'entreprise se fixe pour objectif d'accueillir, à un horizon de 3 ans, un minimum de 30% de stagiaires femmes conventionnées

(Accord 2007). En matière d'apprentissage, l'entreprise souhaite également augmenter le nombre de femmes avec un premier objectif de 25%.

Dans le domaine des promotions

Toutes les entreprises sont confrontées au problème du « plafond de verre » qui empêche les femmes d'accéder à des postes de cadres dirigeants.

Si beaucoup d'entre elles ont le souci de solutionner le problème, très peu cherchent à se donner des objectifs chiffrés en terme de promotion.

BNP Paribas

La banque se fixe donc un objectif volontariste et prend l'engagement d'attendre tous niveaux et ancienneté confondus, un taux minimum de 44 % de femmes parmi l'effectif total des cadres d'ici à l'échéance de fin 2010 (40,3 % en 2006).

LCL :

LCL se fixe ainsi pour objectif d'atteindre, d'ici au 31 décembre 2010, au moins :

- 25 % de femmes cadres
- 42 % de femmes parmi la population des cadres
- 30 % de femmes parmi les niveaux les plus élevés de l'encadrement (K et hors-classes).

Banque populaire d'Alsace

La Banque Populaire d'Alsace se fixe comme objectif intermédiaire de porter la proportion de femmes dans le collège cadre à 30 % à fin 2010 (23% fin 2006).

Afin de préparer et de favoriser ces nominations, le nombre de stagiaires femme dans les formations qualifiantes internes (cycle des managers commerciaux, Ecole Pro, futur cycle Conseiller Patrimonial, etc..) ou diplômantes (ITB, DESS Gestion de patrimoine, autres bac +4) est fixé à la moitié de chaque promotion

Dans le domaine des classifications

Des entreprises ont fait le constat que certaines classifications, où sont représentées très fortement les femmes (secrétariat notamment), étaient très mal rémunérées alors que les niveaux de responsabilité réels étaient en décalage.

Ces entreprises se sont engagées dans une révision de ces classifications pour permettre un changement de statut des femmes concernées et par conséquent de leur niveau de rémunération.

Schneider

Schneider Electric Industries entend faire évoluer ses critères de classement pour les postes et fonctions concernés, permettant ainsi un positionnement adapté dans la grille de classification de l'Entreprise.

Les titulaires d'un BTS à finalité secrétariat qui seront embauché(e)s sur des postes en rapport avec cette formation initiale seront classé(e)s au coefficient 255, niveau IV échelon 1.

Dans le domaine des rémunérations

C'est dans ce domaine que les entreprises peuvent s'engager de manière volontariste. C'est d'autant plus nécessaire que la loi du 23 mars 2006 oblige les entreprises à supprimer tout écart de salaire d'ici le 31 décembre 2010.

Cela signifie qu'après avoir constaté et mesuré des écarts salariaux, les entreprises vont se donner les moyens de supprimer les écarts en intervenant :

- **pour l'avenir**, en évitant que les écarts se creusent dans les augmentations de salaire,

EADS

Les sociétés s'assureront chaque année que la répartition budgétaire des augmentations de salaire entre les femmes et les hommes sera au moins proportionnelle à l'importance de la population féminine dans chacune des catégories de la société concernée

Le même principe est posé dans les accords égalité de PSA Peugeot Citroën, France 3, la française de mécanique, RTE, Schneider

- **pour le passé**, en supprimant les écarts existants. Cela peut se faire de 2 manières :

. en procédant à un examen du dossier de toutes les catégories ou types de population qui ont pu être discriminées.

Cette révision pourra être liée :

- à la classification

Crédit mutuel de Normandie

« Pour l'année 2006, examiner la situation professionnelle des Chargées de Clientèle Particuliers A ».

Valéo

« Homogénéiser les coefficients 255 et 285 d'ici avril 2007

Engagement d'homogénéiser les coefficients 255 et 285 d'ici avril 2007 par le déblocage d'une enveloppe spécifique hors AI/AG...

- à l'âge et l'expérience professionnelle

BNP

« Des entretiens de carrière seront systématiquement réalisés avec les salariées qui totalisent entre 15 et 20 ans d'expérience professionnelle (tant au sein qu'à l'extérieur du Groupe BNP Paribas) car cette période peut correspondre à une étape clé et permettre le développement d'une « deuxième partie de carrière ».

Société générale

*Pour corriger un certain « ralentissement dans leur carrière professionnelle » la Société Générale « prend l'engagement, au cours de la première année de mise en œuvre de l'accord, d'examiner systématiquement l'ensemble des dossiers des femmes de **45 ans et plus ayant eu au moins un enfant***

. en définissant une enveloppe salariale dédiée aux rattrapages salariaux. Le tableau ci-joint fait un état non exhaustif des entreprises qui ont arrêté le principe, soit dans le cadre de leur accord égalité, soit dans le cadre de leur accord annuel sur les salaires, d'une enveloppe salariale, et pour certaines en ont défini le montant.

Entreprises ayant choisi d'affecter une enveloppe salariale pour le rattrapage des salaires

Entreprise	Date signature	Principe enveloppe	Montant de l'enveloppe
Bio Mérieux	juin 2003	oui	
Crédit Mutuel Océan	mars 2004	oui	Enveloppe supplémentaire pouvant aller jusqu'à 5.000 points
HSBC France (ex. CCF)	février 2003	accord NAO	200K euros en 2004, 300K euros en 2005, 300K euros en 2006
EDF/GDF	juillet 2004	non	Supplément de 1,5 point d'augmentations individuelles par an sur 3 ans
Electricité Strasbourg	décembre 2004	non	Supplément de 1,5 point d'augmentations individuelles par an sur 3 ans

Entreprise	Date signature	Principe enveloppe	Montant de l'enveloppe
Schneider	décembre 2004	oui	Pour respecter l'engagement de suppression des écarts, enveloppe de 0,2 point de la masse salariale pendant durée de l'accord
Société Générale	juin 2005	oui, accord NAO	450K euros destiné aux femmes de plus de 45 ans ayant un enfant
Valéo	mars 2006	accord NAO	
GRT Gaz	mars 2006	non	Volant d'augmentations individuelles correspondant à un supplément de taux d'avancement de 3 points par an
Clemessy	mars 2006	oui	0,05 % de la masse salariale
Axa France	mars 2006	oui	1.000 K euros de 2006 à 2008
AGF	décembre 2006	oui	400 K euros en 2007 350 K euros en 2008
Areva NV	décembre 2006	oui renvoi accord NAO	
Onera	décembre 2006	oui renvoi accord NAO	
Groupama	février 2007	oui accord NAO	150 K euros en 2007
Radio France	mars 2007	oui renvoi accord NAO	
BNP	juillet 2007	oui, renvoi accord NAO	
France Telecom	octobre 2007	oui renvoi accord NAO	
Eurodisney	octobre 2007	oui	500 K euros par an de 2008 à 2010
LCL	octobre 2007	oui accord NAO	Budget pour période 2007-2010 Au moins égal à 300.000 euros (montant 2007)
Banque populaire d'Alsace	Octobre 2007	oui	310 K euros sur 3 ans
GMF	Novembre 07	oui	50.000 euros par an pendant 3 ans
Cegid	Décembre 07	Oui, renvoi sur accord NAO	
3M Santé	février 2008	oui renvoi accord NAO	

II. 2. Actions positives en direction des hommes

Dans le domaine de l'accès à certains emplois

Schneider

*Considérant que la mixité des emplois est également freinée par des représentations socioculturelles qui conduisent encore les femmes et les hommes vers certains types de métiers, Schneider Electric Industries affirme sa **volonté de permettre le positionnement d'hommes sur des postes traditionnellement occupés par des femmes.***

*L'Entreprise proposera, notamment à l'occasion d'évolutions dans son organisation ou lors d'un changement d'affectation professionnelle, des actions de formations permettant le positionnement d'hommes sur des postes traditionnellement proposés aux femmes ; plus particulièrement dans les métiers de l'assistance, **l'objectif consistera à augmenter significativement le nombre d'hommes** employés sur ces postes dans un délai de 3 ans.*

Dans le domaine de la parentalité (promotion des salariés masculins)

Beaucoup d'entreprises font le constat qu'un des obstacles à la promotion des femmes dans les entreprises est la difficulté pour les parents d'articuler travail et vie familiale.

Certaines entreprises vont plus loin et considèrent qu'il est nécessaire d'agir spécifiquement vis-à-vis des salariés masculins.

Elles font le constat que les dispositifs de conciliation (congés parentaux, temps partiels) ne sont utilisés que par les femmes et de ce fait les pénalisent.

Aéroports de Paris

*Les parties signataires constatent que si le congé parental et le temps partiel choisis sont, en droit, ouverts aux hommes comme aux femmes au sein de l'entreprise, ce sont **majoritairement les femmes** qui font le choix d'exercer ce type de congé.*

PSA Peugeot Citroën

*Au niveau national, les disparités subsistent entre les trajectoires professionnelles des femmes et des hommes, par le fait notamment que les congés pour raison familiale sont dans **leur très grande majorité pris par les femmes.***

Certaines entreprises reconnaissent que le recours à ces types de congés pour les hommes peut être un élément pénalisant dans la gestion de leur carrière.

PSA Peugeot Citroën

*Les parties conviennent que l'égalité professionnelle dans les entreprises ne pourra progresser que si la parentalité est mieux intégrée dans les entreprises, de manière à ce que les hommes prennent également ces différents types de congé, **sans être déconsidérés par leurs collègues et leur hiérarchie.***

Certaines entreprises considèrent qu'il est de leur devoir de participer ou d'accompagner les changements de société notamment sur des sujets qui relèvent de la sphère privée et familiale, comme au sein du couple le partage des tâches, pour :

- l'éducation des enfants
- les tâches domestiques et ménagères.

Renault

*Le congé paternité est un des éléments favorisant le **partage de l'éducation des enfants, des tâches familiales** et les impératifs de la vie professionnelle entre les femmes et les hommes*

Schneider

*L'objet de l'accord consistant à assurer l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, **Schneider souhaite participer à l'évolution des rôles dévolus à chaque sexe dans la société.***

AGF

*Le congé de paternité permet de **rééquilibrer les rôles dans la vie familiale** et favorise ainsi la **remise en cause des stéréotypes culturels sur l'image des hommes et des femmes face aux contraintes familiales.***

Ces entreprises vont évoquer les actions qu'elles peuvent mener pour favoriser la remise en cause des stéréotypes culturels.

Les entreprises qui s'engagent dans ce domaine peuvent le faire à 2 niveaux :

- assurer le maintien de salaire pour le congé de paternité (la loi ne prévoyant sa prise en charge qu'à hauteur de 84 % du salaire brut plafonné). Il est intéressant de constater que le maintien de salaire étant évoqué dans 3 accords en 2004 (sur 26), 4 en 2005 (sur 27), 5 en 2006 (sur 33), et 8 en 2007 (sur 19).
- mener des actions de communication ciblées en direction des salariés masculins pour promouvoir la parentalité.

Crédit Mutuel de Bretagne

Une communication spécifique à l'attention prioritaire des hommes permettra de les sensibiliser sur les dispositifs liés à la parentalité

Aéroports de Paris

Les supports de communication mentionnés attireront également l'attention des hommes sur les possibilités offertes par ces dispositifs

PJ. : Accords d'entreprises abordant la question de la parentalité pour les salariés masculins.

ANNEXE

Accords d'entreprises abordant la question de la parentalité pour les salariés masculins

Renault (2004)

Le congé paternité est un des éléments favorisant le partage de l'éducation des enfants, des tâches familiales et les impératifs de la vie professionnelle entre les femmes et les hommes.

Schneider (2004)

L'objet de l'accord consistant à assurer l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, Schneider souhaite participer à l'évolution des rôles dévolus à chaque sexe dans la société. L'entreprise considère que la prise de congé de paternité... constitue un des moyens d'accompagner cette évolution.

Crédit Mutuel de Bretagne (2006)

Sensibilisation à la parentalité.

Une communication spécifique à l'attention prioritaire des hommes permettra de les sensibiliser sur les dispositifs liés à la parentalité.

Aéroports de Paris (2006)

Les parties signataires constatent que si le congé parental et le temps partiel choisis sont, en droit, ouverts aux hommes comme aux femmes au sein de l'entreprise, ce sont majoritairement les femmes qui font le choix d'exercer ce type de congé.

Les supports de communication mentionnés attireront également l'attention des hommes sur les possibilités offertes par ces dispositifs.

AGF (2006)

Le congé de paternité permet de rééquilibrer les rôles dans la vie familiale et favorise ainsi la remise en cause des stéréotypes culturels sur l'image des hommes et des femmes face aux contraintes familiales.

SNCF (2007)

Ces mesures s'appliqueront aux femmes mais également aux hommes, pour les congés de paternité ou d'adoption, et accompagnent ainsi l'évolution sociale concernant la répartition des rôles dévolus aux femmes et aux hommes au sein de la cellule familiale.

RTE (2007)

Les signataires affirment leur volonté de favoriser une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie privée des salariés afin... de favoriser la remise en cause des représentations stéréotypées d'une répartition « naturelle » des rôles dans l'exercice de la responsabilité familiale, et de permettre ainsi aux pères d'exercer pleinement leur parentalité.

PSA Peugeot Citroën (2007)

Au niveau national, les disparités subsistent entre les trajectoires professionnelles des femmes et des hommes, par le fait notamment que les congés pour raison familiale... sont dans leur très grande majorité pris par les femmes.

Les parties conviennent que l'égalité professionnelle dans les entreprises ne pourra progresser que si la parentalité est mieux intégrée dans les entreprises, de manière à ce que les hommes prennent également ces différents types de congé, sans être déconsidérés par leurs collègues et leur hiérarchie.