

La place des hommes dans les accords d'entreprise sur l'égalité professionnelle

François Fatoux¹, Rachel Silvera² (Mars 2011)

Sommaire de l'étude

Introduction

La méthode et les données utilisées pour cette étude

I. La mixité des métiers : un enjeu pour les hommes ?

- un premier degré d'engagement consiste à réaffirmer des principes
- un deuxième degré d'engagement se concrétise au travers d'actions de communication et de sensibilisation
- un troisième degré d'implication vise la mise en place d'actions, voire d'objectifs chiffrés.

II. La parentalité : impliquer les pères dans l'égalité, une démarche en cours...

- un premier degré d'engagement se situe davantage dans le discours
- un deuxième degré d'engagement se traduit par des mesures de sensibilisation spécifique
- un troisième degré d'engagement se traduit par des mesures concrètes avec des compléments de financement

Conclusion

Annexes

Annexe 1 : Accords d'entreprise abordant la question de la mixité des métiers pour les salariés masculins

Annexe 2 : Accords d'entreprise abordant la question de la parentalité pour les salariés masculins

1 François Fatoux, délégué général de l'ORSE

2 Economiste, Université Paris Ouest, Nanterre – La Défense

Introduction

Depuis la loi de 2001 sur l'obligation de négocier l'égalité, depuis l'accord interprofessionnel sur l'égalité de 2004, et enfin depuis la loi sur l'égalité salariale de 2006, des entreprises, de plus en plus nombreuses, bien qu'encore minoritaires, s'impliquent dans la négociation de l'égalité professionnelle³.

Dans une étude de 2005, Jacqueline Laufer et Rachel Silvera⁴ ont défini le contexte de la signature des 40 premiers accords ainsi qu'analysé leur contenu : on retenait de cette première étude que la motivation des entreprises relevait de quatre volets parfois complémentaires :

- le respect de la loi en matière d'égalité ;
- la volonté d'inscrire l'égalité dans la responsabilité sociétale de l'entreprise ;
- la recherche de solutions à des problèmes de gestion des ressources humaines et de contraintes économiques (pénurie de main-d'œuvre, fort turn-over, recherche de nouvelles compétences ; réponse à la satisfaction des consommateurs...).

Enfin, l'égalité apparaît souvent comme un élément de communication interne et externe : favoriser le dialogue social, l'image de marque de l'entreprise...

Lorsque l'on étudie l'ensemble des accords, il est d'habitude de centrer, à juste titre, l'égalité professionnelle sur la position, l'évolution des femmes :

- amélioration de leur part dans le recrutement, dans la formation, dans les promotions ;
- accès des femmes aux métiers dits masculins et aux postes de direction ;
- réduction des écarts de salaires au profit des femmes...

Rares sont les champs couverts qui impliquent les hommes : en réalité, seul le volet « conciliation » ou articulation de la vie professionnelle et personnelle évoque indirectement la place des pères, comme un levier possible de l'égalité.

Notre propos, dans cette étude succincte et préliminaire, est d'observer si une évolution se fait sentir depuis les premiers accords :

- la place des hommes et / ou des pères est-elle désormais prise en compte dans un objectif d'égalité ?
- Y a-t-il d'autres champs développés en dehors de la paternité ?

En effet, nous supposons qu'une véritable égalité professionnelle et personnelle passe par la prise en compte du rôle de chacun et chacune, suppose également une implication des hommes dans la lutte contre les stéréotypes, dans la question de la mixité des emplois ou encore, évidemment dans la parentalité.

3 On estime à moins de 8% les entreprises déclarant un délégué syndical et ayant négocié de façon spécifique l'égalité voir Brigitte Gresy, 2009, Rapport préparatoire à la concertation avec les partenaires sociaux sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

4 Jacqueline Laufer, Rachel Silvera, 2005, Accords sur l'égalité professionnelle suite à la loi du 9 mai 2001 : premiers éléments d'analyse, Emergence Programme Equal, Projet Timetis.

La méthode et les données utilisées pour cette étude

Pour mener à bien ce travail d'analyse, les auteurs ont travaillé sur les accords d'entreprise accessibles sur Internet sur le site www.egaliteprofessionnelle.org.

Au 1^{er} février 2011, 165 accords d'entreprise portant sur l'égalité professionnelle peuvent être téléchargés. Dans certains cas, il s'agit d'accords renégociés dans le cadre d'une même entreprise. Certes, nous sommes loin d'être représentatifs de tous les accords portant sur l'égalité existants, puisque selon différentes sources (Dares, Direction du Travail...), environ 1.000 accords porteraient sur l'égalité professionnelle, que ce soit de façon spécifique ou lors d'un accord plus général et ce pour les années 2002 à 2008 (Brigitte Gresy, op. cit.).

Notre échantillon d'accords sur lequel est basée cette étude n'est donc pas représentatif (ou même significatif) de l'ensemble des dispositifs existants. Malheureusement, nous ne disposons pas d'un outil plus précis.

Notre méthode a consisté à mesurer le nombre d'accords évoquant les hommes et / ou les pères et à faire une analyse des termes et des actions envisagés dans ces accords sous l'angle des hommes.

De cette analyse, nous avons retenu deux champs d'application de cette thématique :

- d'une part l'accès des hommes aux emplois dits « féminins »
- et d'autre part, la question de la parentalité.

I. La mixité des métiers : un enjeu pour les hommes ?

La mixité des métiers est un axe privilégié des politiques d'entreprises en matière d'égalité mais il s'agit, dans la majorité des cas, de favoriser l'entrée des femmes dans les emplois à prédominance masculine, par un recrutement et des formations destinées aux femmes.

Cet engagement est toujours important et nécessaire, même si les stéréotypes de genres autour des métiers restent très forts :

- travailler avec l'éducation nationale pour changer cette image stéréotypée,
- développer des actions de formation destinées à des femmes,
- aller même jusqu'à favoriser le recrutement de femmes à compétence égale
- ou encore, changer les méthodes de recrutement et les voies traditionnelles de recours à certains diplômes ou écoles à prédominance masculine...

Tout ceci reste d'actualité. Mais qu'en est-il de l'accès des hommes aux emplois à prédominance féminine ? Une véritable mixité des emplois ne suppose-t-elle pas justement que ce mouvement s'opère dans les deux sens, vu la concentration des emplois féminins ?

Jusqu'à présent, cet objectif semblait totalement illusoire et rares sont les politiques publiques qui visent cette dimension.

Mais, contrairement à notre intuition, bon nombre d'accords étudiés évoquent l'accès des hommes aux emplois à prédominance féminine. Plus de 40 accords parmi les 165 de notre échantillon abordent ce thème (soit environ un quart).

Dans les entreprises où le « cœur de métier » reste à prédominance masculine, on mettra l'accent sur l'accès des femmes à ces métiers, et on parlera « inversement » de l'accès des hommes aux filières administratives (qui restent féminisées).

Pour les entreprises du tertiaire où une majorité de femmes exercent (santé, communication, publicité, assurance...), l'objectif sera plus explicite : comment attirer des hommes vers ces carrières ?

Mais pour tous ces cas, l'on constate que le degré d'engagement peut différer d'une entreprise à l'autre. En reprenant nos travaux de 2005⁵, on distingue trois degrés d'engagement sur le thème de la mixité et du recrutement ; ces niveaux étant parfois combinés au sein d'une même entreprise.

- **Un premier degré d'engagement consiste à réaffirmer des principes.**

Il s'agit souvent de « plaquer » le même raisonnement que celui sur la féminisation des emplois. Dans de nombreux accords, on rajoutera après des principes en faveur de la féminisation des emplois et « inversement pour les hommes ».

« *Inversement, [il s'agit de] favoriser le positionnement des hommes sur des postes traditionnellement occupés par des femmes* » (Banque de France, 2009) ; « *de s'engager à favoriser l'accès des hommes aux métiers fortement féminisés* » (Aéroports de Paris 2003 et 2007 sans changement). L'entreprise « *souhaite recruter davantage d'hommes* » (Fnac logistiques, 2009).

De façon indirecte, l'argument avancé pour justifier un engagement seulement de principe porte sur la non responsabilité de l'entreprise :

« *L'embauche de personnel masculin dans les métiers administratifs demeure une difficulté, l'orientation scolaire des hommes étant traditionnellement tournée vers d'autres secteurs professionnels* » (Assedic Auvergne, 2006).

De même : « *il existe encore des catégories et/ou des services sous représentés en hommes, situation résultant de l'orientation constatée des femmes vers le secteur tertiaire* » (Assedic Centre, 2005).

Pour Hennessy, la spécificité des emplois est liée aux aptitudes physiques particulières (agents de chai par exemple). De plus, « *pour des raisons culturelles, sociales ou liées à notre système éducatif, il existe encore une corrélation entre le sexe du jeune et son choix d'orientation professionnelle* » (2008). Partant de ce constat, l'entreprise « *s'engage à mettre en place les efforts nécessaires pour développer la mixité* » (y compris pour que les hommes s'orientent vers la filière administrative).

Enfin, citons CNP Assurances où les effectifs sont majoritairement féminins sauf dans le management : « *une attention spécifique sera portée pour les années à venir au recrutement masculin dans les familles professionnelles suivantes : gestion des contrats et juridique* ». (2005). Même si des « efforts » sont évoqués dans ce sens (ainsi que de favoriser l'accès des femmes au management), aucune mesure précise n'est citée dans l'accord.

⁵ Voir Laufer, Silvera, op.cit. p. 17-18.

Dans ce premier cas de figure, il s'agit donc de constater une situation de non mixité, liée à des facteurs externes à l'entreprise et laissant en fait peu de marge d'action pour celle-ci.

Dans certains cas, il y a la volonté de l'entreprise d'identifier ces métiers fortement féminisés. Notons que ce sont parfois des métiers qualifiés.

Métiers cités comme très féminisés
Métiers administratifs (Assedic, Européenne d'embouteillage, France Télévision, Michelin, RTE) Secrétariat (ADP, Banque de France, Darty Rhône Alpes, Schneider Electric) Assistants (CCAS, Schneider Electric), assistantat de direction (Danone produits frais, Le bon marché), assistantes administratives (Hennessy)
Infirmière (Air France)
Logistique, tertiaire (Gaz de France) Clientèle, commercial (Gaz de France) Filière caisse et accueil (Castorama), hôtesse (Darty Rhône Alpes) Services clients (Fnac relais) Ventes (le bon marché)
Agents de restauration (CCAS)
Juridique (CNP Assurances), Gestion des contrats (CNP Assurances)
Marketing (Danone produits frais, le bon marché)
Ressources humaines (Danone produits frais, Le bon marché)
Qualité (Européenne d'embouteillage)
Edition (Sejer)
Secteur de la communication et de la publicité (BETC Euro RSCG)

- **Un deuxième degré d'engagement se concrétise au travers d'actions de communication ou de sensibilisation.**

Il s'agit ici de faire le même constat que précédemment mais de considérer que la responsabilité de l'entreprise ne s'arrête pas là.

L'accord Adia nous paraît à ce titre pertinent : une enquête auprès des salarié(e)s permanents a fait apparaître un déséquilibre entre les hommes et les femmes pour deux métiers : le recrutement et le commercial. « *Ces disparités de mixité au sein des emplois types résultent de l'histoire de l'entreprise mais sont aussi induites par les représentations socio-culturelles sur les emplois qui influencent non seulement l'orientation professionnelle des chercheurs d'emploi mais aussi les pratiques des personnes chargées du recrutement sur ces métiers au sein d'Adia* » (2006).

Cette lucidité sur les pratiques internes de l'entreprise se repère également dans le suivi des actions : au bout de deux ans, le turn-over des hommes dans les métiers du recrutement est élevé. Il ne s'agit donc pas seulement d'attirer ces hommes mais aussi de les fidéliser.

Ailleurs, les entreprises ont mis l'accent sur la nécessité d'intervenir au sein du système scolaire et d'y jouer un rôle, de s'adresser directement à l'Education

nationale ou à des organismes formation professionnelle pour transformer l'image des métiers (à prédominance féminine).

Citons l'exemple de la Clinique du millénaire où la représentation sociale des métiers de la santé (féminisé à 90%) joue un rôle essentiel.

Chez BETC Euro RSCG, l'objectif est surtout d'attirer des hommes vers les métiers de la publicité et de la communication (féminisé à plus de 60%). Il s'agit de : « véhiculer le message de la mixité et de l'égalité professionnelles auprès des jeunes hommes et femmes désireux de s'investir dans le secteur de la publicité » (2005). Pour cela, cette agence associe des hommes salariés de l'entreprise aux forums des Ecoles de commerce pour donner une autre image de son métier. De même, en interne, un plan de communication interne visera les hommes pour qu'ils acquièrent un « **réflexe formation** » (moins évident pour eux...).

On se retrouve ici dans une situation totalement inverse des comportements habituels : une enquête sera menée pour comprendre les freins à l'accès à la formation ... des hommes.

- **Enfin, un troisième degré d'implication vise la mise en place d'actions voire d'objectifs chiffrés.**

L'accord Schneider Electric (2004) était un des premiers à aborder des actions de formation destinées aux hommes : « pour les filières très féminisées, l'entreprise facilitera leur accès aux autres métiers notamment techniques : des cursus de formation diplômant ou qualifiant seront ouverts à 50 volontaires (passage niveau IV à V).

Inversement, le positionnement d'hommes sur des postes traditionnellement féminisés sera facilité, notamment par le changement éventuel des intitulés de postes, par la mise en place d'action de formation pour des hommes par exemple dans les métiers de l'assistance. »

D'autres entreprises vont porter leurs efforts sur le recrutement. Il s'agit d'appliquer un critère de proportionnalité, en fonction de la part des candidats ou même des diplômés d'Ecoles et à l'instar des femmes, de l'appliquer également aux hommes :

« Pour les métiers connaissant un déséquilibre significatif de candidats féminins ou masculins, l'entreprise s'attachera à respecter dans ses recrutements la même proportion que celle du marché du travail de ces métiers ».

Dans un cas, il s'agit d'introduire une action positive (même si le terme n'est pas utilisé) : « A compétences égales, recruter davantage d'hommes dans les métiers ou fonctions aujourd'hui majoritairement occupés par des femmes agents de restauration, assistant (es) ». (2007).

Notons qu'il s'agit de dupliquer les actions menées à l'égard des femmes pour leur permettre l'accès aux postes de cadres, d'informatique, de production culinaire, d'entretien et de technique.

Allant plus loin, certaines entreprises affichent un **objectif chiffré** :

« Castorama prend les engagements suivants (...) un accroissement de la part des hommes en filière caisse et accueil de 2 points par an » (2009).

Pour la Fnac Relais, « l'entreprise se fixe comme objectif de faire évoluer le taux de recrutement : (...) pour les services clients, de janvier à septembre 2009 : 83% de femmes et 17% d'hommes. Objectif à 3 ans : minimum 75% de femmes et 25% d'hommes » (2010).

II. La parentalité : impliquer les pères dans l'égalité, une démarche en cours...

Le thème de l'équilibre vie familiale et professionnelle est présent dans la quasi totalité des accords égalité.

Mais comme pour la mixité, parmi les mesures préconisées, certaines portent :

- plus explicitement sur les femmes (amélioration des conditions de travail et de retour au congé maternité, neutralisation du congé maternité en matière de rémunération,..)
- ou de façon « implicite » sur un public largement féminisé : des avantages ou compensations à des « personnes » à temps partiel, en congé parental...

Certes, l'entreprise ne vise pas directement un public féminin, mais indirectement, compte tenu de l'usage de ces modalités, il s'agit bien de femmes (majoritaires dans le temps partiel lié à la famille, dans le congé parental).

Tout se passe comme si l'entreprise n'avait aucune incidence sur ces choix d'organisation familiale qui relèveraient de la sphère privée de la famille ou des politiques publiques et non de l'entreprise.

Mais, au fil du temps, un autre positionnement apparaît. Par exemple, pour Adecco ; « les signataires [de l'accord] *souhaitent participer à l'évolution des rôles dévolus à chaque sexe dans la société* » (2008). Ou encore : « *Afin de neutraliser les stéréotypes fortement ancrés du rôle de père dans la sphère familiale et persuadée que l'égalité professionnelle repose ainsi sur un équilibre des responsabilités liées à la parentalité, Bayer Santé SA propose un parcours spécifique au père dans le cadre de sa paternité* ». (2006).

De même, pour Aéroport de Paris : « *le congé parental et le temps partiel 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 (...) attireront l'attention des hommes sur les possibilités offertes par ces dispositifs* » (2006).

Autre verbatim intéressant, pour RTE, il s'agit « *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* » (2007).

A travers ces verbatim apparaît une nouvelle conception du rôle de l'entreprise dans la sphère domestique : l'entreprise peut, elle doit même, contribuer à l'égalité professionnelle en intervenant dans le champ de la famille. « *L'égalité professionnelle repose également sur un équilibre, au sein du couple, des responsabilités liées à la parentalité* » (LCL 2007).

L'entreprise reconnaît qu'elle joue un rôle dans la reproduction des rôles sociaux et qu'elle peut influencer sur ces comportements. Ce mouvement est loin d'être encore généralisé, mais on peut penser que ces accords égalité tracent des perspectives d'évolution pour l'ensemble des entreprises, parmi les plus citoyennes.

Notons d'ailleurs, que cette démarche apparaît dans des entreprises industrielles, Le guide de l'ORSE sur la parentalité⁶, s'appuyait sur huit accords évoquant le rôle des pères de manière positive où prédominait le secteur industriel dont la tradition est plutôt marquée par une « culture machiste au travail »⁷ (notamment Renault 2004, Schneider Electric 2004, SNCF 2006, RTE 2006 et PSA Peugeot Citroën 2007). Citons encore Michelin : « *le congé de paternité est un dispositif favorisant l'évolution des comportements socioculturels vers un meilleur partage de l'éducation des enfants et des tâches familiales* » (2009).

C'est au travers du terme de « parentalité », que l'on cherche à faciliter l'implication familiale des *deux* parents, et plus seulement de façon implicite les mères, voire d'aider les salariés masculins dans cette démarche.

Ainsi BNP-Paribas rappelle que l'ensemble des droits à congés attachés aux enfants doit être accessible aux hommes comme aux femmes. De même, l'accord Aéroport de Paris, dès 2003, soulignait que le fait d'avoir des enfants ne doit pas constituer un frein à la carrière professionnelle, que l'on soit père ou mère. Le Crédit Mutuel Océan évoque sa volonté de « *favoriser l'équilibre vie familiale et professionnelle et rappelle que les réunions d'équipe doivent se tenir sur le temps de travail* » (mars 2004).

Tout comme pour la mixité, l'on distingue trois degrés d'engagement sur le thème de la parentalité, ces niveaux étant parfois combinés.

- **Un premier degré d'engagement se situe davantage dans le discours, dans l'affirmation de principes.**

Les termes de « *veiller à* », « *réaffirmer* », « *rappeler* » sont alors très utilisés :

Citons par exemple l'accord France Télévision « *les partie signataires **réaffirment** (...) leur volonté d'assurer à tous les salariés du groupe la conciliation la plus équilibrée entre leur vie privée et leur vie professionnelle. A cet égard, ils **veilleront** à ce que les évènements et choix liés à la naissance, l'adoption ou à l'éducation des enfants ne désavantagent pas les salariés, femmes ou hommes, dans leur évolution professionnelle* » (2007)⁸.

Ou encore, « *L'entreprise **réaffirme** que les congés liés à la parentalité, en particulier les congés parentaux d'éducation doivent être accessibles aux hommes comme aux femmes* » (CSF, 2008).

Certes, une telle démarche est un point de départ qui permet de clarifier des positions loin d'être évidentes dans notre société, et loin d'être généralisées à l'ensemble des entreprises. Cet engagement peut donc être considéré comme un préalable à l'évolution des pratiques managériales.

⁶ ORSE, CNIDFF, 2008, *Promouvoir la parentalité auprès des salariés masculins, un enjeu de l'égalité professionnelle*, Guide d'appui pour les entreprises.

⁷ Pour reprendre les termes de Bernard Thibaut, Secrétaire général de la CGT dans une interview à l'ORSE en 2009 pour une série de portraits de dirigeants sur l'articulation entre travail et vie familiale « *il y a des milieux professionnels qui sont de cultures assez machistes où oser dire que l'on souffre avec certaines cadences de travail, c'est faire preuve de faiblesse* »

⁸ Ceci n'empêche que cet accord proposera par ailleurs des actions concrètes (financement du congé de paternité). Il s'agit plutôt d'observer ici que ces annonces ne trouvent pas de prolongement concrets.

Ce processus sera d'autant plus fort qu'il s'accompagne d'une volonté de **développer des droits spécifiques aux pères**. En effet, le droit en matière de parentalité s'est trop longtemps focalisé sur des droits exclusifs pour les mères, avec des effets contradictoires : la logique de la protection des mères au travail est certes nécessaire, autour du temps de la grossesse et de la maternité, mais a eu comme inconvénient de créer « un ghetto protecteur » (comme le reconnaissait déjà Monique Pelletier en 1979).

Pour aller vers une véritable logique de l'égalité, des droits aux pères sont désormais tout aussi nécessaires, afin de rééquilibrer les contraintes familiales incontournables qui pèsent sur les parents salariés et ainsi de limiter cette source de discrimination à l'égard des seules mères.

- **Un deuxième degré d'engagement se traduit par des mesures de sensibilisation spécifique des hommes aux dispositifs parentaux :**

« L'égalité professionnelle repose sur la possibilité pour chacun des parents d'exercer les responsabilités liées à la parentalité. (...) Afin de promouvoir le congé paternité, il est convenu qu'une fiche d'information sur les modalités d'accès à ce congé sera intégrée dans le kit d'accueil des collaborateurs du Bon Marché » (2010).

Ou encore : *« mieux faire connaître aux pères et futurs pères, les dispositifs existants auxquels ils peuvent avoir recours : congé de paternité, congé parental, congé d'adoption, absence Soins Parent Malade... » (Merck Santé, 2010).* Un guide de la parentalité a été élaboré à Accenture, une plaquette d'information à l'Afpa ou encore des actions de sensibilisation des pères existent au Crédit Mutuel de Normandie (2006).

Les entreprises reconnaissent que les dispositifs de conciliation ne sont aujourd'hui que très peu utilisés par les hommes :

« 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. » (ADP 2003) ;

« Les dispositifs actuels permettant de concilier vie familiale et vie professionnelle en faveur de la parentalité pour les salariés masculins (congés parentaux, temps partiels ...) sont peu utilisés par les hommes » (Alcan, 2008).

Cette étape est également nécessaire pour permettre une prise de conscience et la levée de certains stéréotypes. Mais sans l'implication de tous les acteurs de l'entreprise, et notamment de la hiérarchie, via des actions de sensibilisation et de formation, il nous semble que cet objectif ne sera pas atteint.

C'est ce que souligne l'accord de PSA : *« l'égalité professionnelle 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 congés, **sans être déconsidérés par leurs collègues et leur hiérarchie** » (2007) ou de Paulstra (2008) « La Direction s'engage également à ce que les congés parentaux d'éducation pour les hommes puissent être pris sans conséquence sur leur évolution de carrière »*

Or, à notre connaissance, peu d'accords proposent des formations sur la question de la parentalité, ce qui nous semble incontournable (analyse des rôles sexués dans la famille, et implication des pères, connaissances de la répartition des tâches domestiques, réflexions sur le congé maternité, le temps partiel, et la carrière...).

- **Un troisième degré d'engagement se traduit par des mesures concrètes, supposant ou pas un financement supplémentaire.**

La mesure, la plus adoptée et qui tend à se généraliser, porte sur le congé de paternité : tout comme le congé de maternité, ces entreprises s'engagent à maintenir le salaire de ces pères au-delà du plafond de la sécurité sociale, pendant les 11 jours de congés. Il s'agit d'inciter ouvertement les pères, y compris cadres, à prendre un tel congé.

Pourcentage d'accords d'entreprise égalité professionnelle prévoyant un maintien de salaire pour le congé de paternité dans les accords étudiés :

- 2002-2004: 20%
- 2005: 29%
- 2006: 27%
- 2007 :50%
- 2008: 50%
- 2009 : 60%
- 2010 : 63%

Source : calculé par nous-mêmes, www.egaliteprofessionnelle.org

On note la forte croissance de cette disposition, qui concerne deux tiers des accords conclus en 2010. Désormais, le maintien de salaire du congé de paternité devient quasiment la norme.

Par ailleurs, certains accords prolongent ce congé de paternité (13 jours chez Hennessy, 15 jours à Bayer Santé, et 22 jours pour naissance multiples (au lieu de 18) à Union Invivo, (2009).

Quelques accords, peu nombreux, proposent d'autres arrangements : par exemple donner la possibilité aux pères de transformer leur 13^{ème} mois en 22 jours de congés supplémentaires (Danone Produits frais, 2009).

Autres cas, la prise en compte de nouvelles organisations familiales apparaît dans quelques accords :

- l'ouverture des droits aux congés pour les couples homo parentaux (congé de paternité chez Accenture, 2009, ou pour le congé parental à Eau de Paris décembre 2007).
- Pour Valéo (2007), « *les pères de famille vivant seuls* » et « *les pères ayant des enfants en garde alternée* » font partie des publics cibles.

Dans ce domaine, des dispositifs concernant l'aménagement et l'organisation des horaires de travail pour tous ont une incidence sur le comportement des pères (des heures de réunion, charte sur le temps de travail, mercredis des mères et des pères de famille à L'Oréal...). Mais ces mesures ne sont évidemment pas exclusivement destinées aux pères.

D'autres dispositions plus innovantes sont parfois proposées : à Bayer Santé, un **parcours spécifique au père est élaboré** : Celui-ci, baptisé « *accompagnement Papa Poule* » (*bébé nageur, cours de puériculture, visite de crèche, etc.*) *permettra au pères qui le souhaitent de mieux vivre ce changement* » (2006).

Dans cette même entreprise ou encore dans l'entreprise 'Place des éditeurs', des **autorisations spéciales d'absence sont accordées aux futurs pères** pour les suivis médicaux de grossesse (avec maintien de la rémunération), ou même pour des cours prénatals (Bayer).

Cette démarche nous paraît très pertinente, car elle vise à **préparer les hommes à devenir des pères**, « *parce que le rôle du père se construit avant même l'arrivée de l'enfant* » (Bayer).

Elle suggère également que la présence du père auprès du nouveau né est aussi importante que celle de la mère : « *Valoriser le congé de paternité, en le rémunérant. Cette mesure doit permettre aux pères de participer encore davantage à la naissance et à l'arrivée de l'enfant au foyer et ainsi pouvoir établir une relation privilégiée avec l'enfant dès sa naissance* » (Arianespace, 2008).

Enfin, citons le cas très particulier de l'accord Sonacotra qui indique : « *la prise du congé parental d'éducation à parité : les parents qui prendront, chacun pour une durée égale, un congé parental d'éducation, bénéficieront d'avantages en matière de rémunérations et de couvertures mutuelles* » (2005). Il serait important de savoir quels sont ces avantages prévus (rien n'est dit précisément) et si cette mesure a rencontré du succès...

* *

En conclusion, il convient de relativiser cette analyse, qui ne s'appuie que sur des textes d'accords. Encore faudrait-il observer, concrètement, quelles sont les mesures adoptées réellement par ces entreprises, et surtout, pour toutes celles qui ont fait ce choix important : observer l'évolution des indicateurs retenus, notamment sur la prise des congés parentaux, sur l'accès des hommes à des formations du tertiaire... Certaines entreprises ont d'ailleurs mis de tels indicateurs dans leurs outils de suivi, mais ceci n'est pas systématique⁹.

C'est à notre sens un passage obligatoire qui permet d'évaluer concrètement le chemin parcouru.

Même si cette étude est limitée, il n'empêche que ces verbatim nous donnent quelques indications sur la prise en compte de l'égalité dans les entreprises qui s'engagent dans cette voie. L'implication des hommes et surtout des pères dans l'égalité est encore à ces débuts, il paraît même encore curieux, déplacer que de se poser cette question.

⁹ La Macif (2006) par exemple propose d'établir « *une cartographie des emplois, destinée à déterminer les filières métiers où la présence des femmes ou des hommes pourrait être renforcée* ». Adecco (2008) propose comme indicateur sur la parentalité : « *nombre de salariés-pères ayant pris leur congé paternité / nombre potentiel de bénéficiaires selon les informations disponibles* ; AFPA (2003) : « *L'indicateur de progrès retenu est l'évolution de la part des hommes dans la population bénéficiaire du congé parental d'éducation* ».

Or, prendre en compte l'ensemble des rapports sociaux de genre – les femmes comme les hommes – est nécessaire pour que l'égalité soit réelle. De plus, c'est très certainement par la question de « l'articulation des temps » que les changements sont et seront les plus sensibles : reconnaître l'importance dans notre société du rôle des pères, y compris d'ailleurs, avant même qu'ils le deviennent, est récente, surtout du point de vue managériale.

Si les entreprises paternalistes du 19^{ème} siècle se préoccupaient du « bien-être » familial de leurs ouvriers, ce n'était certainement pas dans une optique égalitaire : les femmes étaient « remerciées » après leur mariage, quant aux hommes, à aucun moment on ne pouvait envisager qu'ils occupent des « emplois de femme », à aucun moment, ils n'étaient considérés comme ayant des droits de père, puisque le modèle était évidemment celui de « Monsieur Gagne-Pain » et de « Madame Ayant-droit »...

Ce modèle semble s'éloigner et la question de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le travail mais également dans la vie, est mieux intégrée, tout au moins pour ces entreprises qui ont décidé de s'engager sur cette voie.

Annexe 1 : Accords d'entreprise abordant la question de la mixité pour les salariés masculins

Adia (Janvier 2006)

L'enquête menée auprès des salarié(e)s permanents a fait apparaître une différence de mixité femmes-hommes, notamment entre les métiers du recrutement et les métiers commerciaux. Ces disparités de mixité au sein des emplois types résultent de l'histoire de l'entreprise mais sont aussi induites par les représentations socio culturelles sur les emplois qui influencent non seulement l'orientation professionnelle des chercheurs d'emploi mais aussi les pratiques des personnes chargées du recrutement sur ces métiers au sein d'Adia.

Il a été observé également que ce déséquilibre s'accroît après un ou deux ans de présence des personnes dans l'entreprise, notamment du fait d'un turn-over masculin plus important, spécialement dans les métiers du recrutement.

Ceci indique qu'il ne suffit pas de recruter plus d'hommes pour promouvoir aujourd'hui plus de mixité dans les métiers d'Adia, mais qu'il faut aussi les fidéliser et notamment sur les métiers du recrutement.

Aéroports de Paris (Juin 2003)

Accès des agents masculins aux métiers ou filières fortement féminisés :

L'objectif d'atteindre la parité entre les hommes et les femmes dans tous les métiers a conduit les parties signataires à examiner la situation des métiers fortement féminisés. Pour œuvrer dans le sens de cette parité, la Direction d'ADP s'engage à favoriser l'accès des hommes aux métiers fortement féminisés (par exemple les métiers du secrétariat).

Aéroports de Paris (Juillet 2007)

Favoriser l'accès des hommes à l'ensemble des postes de l'entreprise :

L'objectif d'agir en faveur de la mixité dans tous les métiers a conduit les parties signataires à examiner la situation des métiers fortement féminisés. Pour œuvrer dans le sens de cette mixité, la direction s'engage à favoriser l'accès des hommes aux métiers fortement féminisés.

Air France (Novembre 2002)

Choix des métiers pour lesquels les statistiques actuelles montrent un déséquilibre et pour lesquels l'entreprise embauche : métiers de la maintenance aéronautique, infirmière, métiers de l'informatique, PNT, PNC;

Assedic Auvergne

Conscients que l'évolution professionnelle des femmes et le développement de la mixité des emplois peuvent pâtir des représentations et des stéréotypes culturels relatifs à l'image de la femme, les parties signataires ont analysé en commun les résultats de l'enquête suscitée et du rapport annuel sur l'égalité professionnelle.

La mixité n'est pas homogène dans l'Institution, puisque certains services sont composés très majoritairement de personnel féminin.

L'embauche de personnel masculin dans les métiers administratifs demeure une difficulté, l'orientation scolaire des hommes étant traditionnellement tournée vers d'autres secteurs socioprofessionnels.

Assedic Centre (Avril 2005)

Malgré les efforts de rééquilibrage engagés ces dernières années visant à une meilleure mixité de l'Institution (notamment dans le collège « cadres »), il existe aussi encore des catégories et/ou des services sous représentés en hommes, situation résultant de l'orientation constatée des femmes vers le secteur tertiaire dans le cadre scolaire. Les parties signataires confirment l'intérêt d'une mixité au sein de toutes les catégories professionnelles et de tous les services et fonctions.

AXA France (Janvier 2009)

Des progrès sensibles en termes de féminisation et masculinisation d'emplois.

Depuis 2006, AXA France a développé des efforts en ce sens qui ont marqué des progrès faits en la matière.

Cet objectif ne peut toutefois avoir une pertinence que sur la durée, le turn-over n'étant pas de même nature entre les personnels commerciaux et administratifs au sein d'AXA France. En effet la féminisation et la masculinisation de ces derniers se fait principalement dans le cadre de remplacement de salariés, notamment suite à des départs à la retraite, qui devraient s'accélérer dans les années à venir.

Banque de France (mai 2009)

Pour favoriser la mixité, la Banque identifiera les emplois où une forte concentration d'agents d'un seul sexe est observée et proposera, à chaque fois que cela sera possible, des actions visant à recruter ou à affecter des agents de l'autre sexe.

En particulier, pour les fonctions et les postes fortement féminisées (par exemple les postes de secrétariat), la Banque s'attachera à faciliter l'accès de ces femmes aux autres métiers, notamment ceux relevant du domaine technique. A ce titre, une attention particulière sera portée à l'ergonomie des postes de travail en faisant appel notamment à des organismes extérieurs experts en ergonomie ou reconnus tels que l'ANACT par exemple.

La Banque s'efforcera, inversement, de favoriser le positionnement des hommes sur des postes traditionnellement occupés par des femmes.

BETC Euro RSCG (26 Avril 2005)

La mixité professionnelle est le synonyme de la diversité et donc de la richesse qui doit exister chez BETC. Il s'agira principalement pour l'Agence de se rapprocher de l'équilibre hommes/femmes dans un secteur traditionnellement plus féminisé que la moyenne (61% des effectifs du secteur de la communication et de la publicité sont des femmes).

Pour BETC, l'égalité entre les hommes et les femmes de l'entreprise doit consister autant dans des démarches auprès de sa population féminine, qu'auprès de sa population masculine, notamment en prenant en compte la paternité.

BETC entend promouvoir la mixité de sa population. Dans son cas, il s'agit principalement de faire entrer dans l'Agence plus d'hommes que de femmes afin de tendre à terme vers la parité.

BETC entend véhiculer le message de la mixité et de l'égalité professionnelles auprès des jeunes hommes et femmes désireux de s'investir dans le secteur de la publicité.

BETC poursuivra et s'attachera à renforcer sa participation aux forums organisés par les écoles, en particulier de commerce, en veillant à y associer des hommes de l'Agence dont le parcours professionnel présente un caractère d'exemplarité.

Bien qu'aucune discrimination liée au sexe ne soit effectuée lors de l'examen des demandes de formation, BETC constate qu'hommes et femmes adoptent des comportements différenciés en matière de formation.

BETC pense que ce déséquilibre peut s'expliquer par un moindre «réflexe formation» chez les hommes, et qu'une attention particulière doit leur être portée sur ce sujet.

3.2 : Plan d'actions

A. Suivi de différents rapports :

- rapport hommes ayant suivi une formation / hommes dans l'agence*
- rapport femmes ayant suivi une formation / femmes dans l'agence*
- mise en perspective des deux rapports précédents*

B. Développement de la communication auprès des hommes afin que ces derniers acquièrent un véritable « réflexe formation ».

Le Service RH procédera à l'identification, notamment via l'entretien annuel, des besoins potentiels de formation chez les hommes et interviendra auprès des personnes concernées par le suivi de ces formations. En outre, une enquête sur les hommes et la formation sera lancée afin de comprendre l'origine de leurs comportements vis à vis de la formation et afin de mettre en œuvre la politique la plus adaptée.

Castorama (Octobre 2009)

Castorama prend les engagements suivants :

- un accroissement de la part des femmes en filières vente de 2 points par an*
- un accroissement de la part des hommes en filière caisse et accueil de 2 points par an.*

A l'inverse, les femmes sont très majoritairement représentées dans certaines filières, et notamment la filière caisse et accueil où elles représentant 92 % de l'effectif.

Afin de développer une plus grande mixité au sein des équipes, Castorama a développé 2 axes :

- la mobilité professionnelle (changement de métier) et la promotion interne, leviers privilégiés*
- des mesures spécifiquement liées au recrutement externe.*

CCAS (Septembre 2007)

La politique de recrutement de l'organisme vise à rétablir et maintenir l'équilibre entre les femmes et les hommes dans toutes les fonctions, métiers et niveaux hiérarchiques.

À compétences égales, recruter davantage de femmes dans les métiers ou fonctions aujourd'hui majoritairement occupés par des hommes (informatique, les cadres dirigeants, la production culinaire en restauration, la filière entretien/technique...) mais également recruter davantage d'hommes dans les métiers ou fonctions aujourd'hui majoritairement occupés par des femmes (agents de restauration, assistant (es)...).

Champion (Septembre 2005)

Afin de développer l'accès des femmes et des hommes aux différents métiers de l'entreprise, la direction a la volonté de favoriser la mixité des emplois en incitant le recrutement de femmes sur des métiers à forte population masculine et le recrutement d'hommes sur des métiers à forte population féminine.

De même des actions seront conduites afin de féminiser des emplois ou des métiers actuellement très masculins, et inversement. Ces actions seront définies après avoir déterminé les conditions d'adaptation de ces postes à la mixité : aménagement des postes, solutions ergonomiques, formation aux métiers techniques.

Clinique du millénaire (Décembre 2007)

Le secteur d'activité de la santé est un secteur à très forte représentation féminine (90% dans notre entreprise).

La masculinisation de la profession passe par une meilleure information dans les filières scolaires et pré professionnelles. Le management de l'établissement s'engage à participer à toute action visant à développer cette information.

Notre entreprise s'engage à examiner le contenu et le recrutement des métiers avec le management et les partenaires sociaux, pour étudier notamment, les conditions de masculinisation des emplois occupés encore majoritairement par les femmes.

Notre entreprise développera des actions de communication externe sur l'image et la représentation sociale des métiers.

CNP Assurances (Décembre 2005)

CNP Assurances s'engage pour les années à venir :

- *en ayant une attention particulière sur les métiers où la mixité est absente, en réfléchissant notamment au sens d'une « masculinisation » des effectifs sur des familles clés de l'entreprise (par exemple, la gestion des contrats) et en poursuivant les objectifs de féminisation de la famille management.*

De plus, afin de promouvoir la mixité des emplois et l'objectif défini en terme de mixité, une attention spécifique sera portée pour les années à venir au recrutement masculin dans les familles professionnelles suivantes : gestion des contrats et juridique. De même un effort sera porté sur le recrutement féminin dans la famille management.

Danone Eaux France (Septembre 2006)

Lors des recrutements, la part des hommes et des femmes parmi les candidats retenus reflètera autant que possible, à compétences, expériences et profils équivalents la parité hommes femmes. Pour les métiers connaissant un déséquilibre significatif de candidats féminins ou masculins, l'entreprise s'attachera à respecter dans ses recrutements la même proportion que celle du marché du travail de ces métiers.

Les Etablissements demanderont aux différents organismes pouvant intervenir dans le placement, aux écoles pour les stagiaires, de présenter parmi les candidats à profil équivalent une part significative de femmes (pour les emplois fortement masculinisés), ou d'hommes (pour les emplois fortement féminisés), selon la compétence recherchée.

Danone Produits Frais (Septembre 2003)

Les déséquilibres structurels constatés au sein de l'entreprise tiennent également à un déséquilibre des candidatures qui trouve notamment sa source dans l'orientation scolaire. La mixité des recrutements sera alors recherchée par le biais d'actions de communication auprès des établissements et organismes de formations partenaires de Danone Produits Frais France.

Cette communication a pour but de les sensibiliser aux déséquilibres constatés dans l'entreprise en matière de mixité et de favoriser l'orientation des jeunes femmes vers des filières et métiers aujourd'hui majoritairement occupés par des hommes (ex : métier technique, logistique, ...) et inversement (ex : assistantat de direction, marketing, ressources humaines...).

A ce titre, Danone Produits Frais France encourage les initiatives des femmes et des hommes de l'entreprise exerçant des métiers où ils se trouvent peu représenté(e)s à participer à la présentation de leur métier à l'occasion par exemple des forums métiers, journées découvertes, intervention en établissement scolaire...

Darty (Juin 2006)

L'Entreprise réaffirme sa volonté de développer une politique de recrutement de nature à :

- *féminiser, par opportunités de candidatures, certains métiers tenus très majoritairement par des hommes, par exemple sur les populations de magasiniers.*
- *masculiniser, par action directe de génération de candidatures, certains métiers tenus très majoritairement par des femmes, par exemple sur les populations d'hôtesse-secrétaire.*

EDF (2007)

De 2002 à 2006, le taux de féminisation a progressé dans toutes les directions. Cependant, alors que les femmes sont très représentées dans les domaines « logistique tertiaire », « clientèle commercial » (environ 45 %), elles demeurent fortement sous représentées dans les domaines techniques

Européenne d'embouteillage (Mars 2007)

Favoriser la mixité des emplois

Afin de développer l'accès des femmes et des hommes aux différents métiers de l'entreprise, la direction a la volonté de favoriser la mixité des emplois en incitant le recrutement de femmes sur des métiers à forte population masculine (technique, production) et le recrutement d'hommes sur des métiers à forte population féminine (administratif, qualité).

Des actions seront conduites afin d'assurer une certaine mixité des emplois ou des métiers actuellement très masculins, et inversement. Ces actions seront définies après avoir déterminé les conditions d'adaptation de ces postes à la mixité : aménagement, solutions ergonomiques, formation aux métiers techniques.

L'entreprise s'engage à collaborer notamment auprès de l'éducation nationale ou des organismes de formation afin que les filières techniques constituent une orientation plus ouverte pour les femmes. Il en sera de même pour les filières administratives qui constitueront une ouverture pour les hommes. L'entreprise s'engage également, comme elle l'a fait jusqu'alors, à maintenir sa présence lors de présentation de ses métiers dans des forums.

FNAC Logistiques (Avril 2009)

Afin de favoriser la mixité de ses emplois, la Société FNAC LOGISTIQUE souhaite recruter davantage de femmes dans les métiers aujourd'hui occupés en majorité par des hommes et inversement.

Fnac Relais (Janvier 2010)

Dans le cadre de cet accord, l'entreprise souhaite transcrire cet engagement sous la forme d'une amélioration de l'équilibre entre les hommes et les femmes dans le cadre de sa politique de recrutement.

Ainsi, dans les filières où la représentation des hommes et des femmes est particulièrement déséquilibrée, l'entreprise se fixe comme objectif de faire évoluer le taux de recrutement comme suit (recrutement CD1 à horizon 3 ans) :

- *pour les produits techniques :*

De janvier à septembre 2009 : 24% de femmes et 76% d'hommes,

Objectif à 3 ans : Minimum de 30% de femmes (70% d'hommes)

- *pour les services clients :*

De janvier à septembre 2009 : 83% de femmes et 17% d'hommes,

Objectif à 3 ans : Minimum de 75% de femmes (25% d'hommes),

France Telecom (Octobre 2007)

France Télécom se donne pour objectif d'équilibrer ses recrutements entre les femmes et les hommes. Ainsi France Télécom favorisera le développement de l'emploi féminin dans les métiers masculinisés et l'emploi masculin dans les domaines féminisés.

France Télévision (juillet 2007)

Le Groupe France Télévisions s'engage à- améliorer l'équilibre femmes/hommes dans l'ensemble de ses métiers et/ou de ses filiales et à veiller à une répartition équitable des tâches confiées aux femmes et aux hommes.

Lors des négociations sur les métiers qui pourront être menées au niveau Groupe et/ou au sein des filiales avec les représentants du personnel, une attention particulière sera notamment portée sur les métiers administratifs à prédominance féminine ainsi que sur les métiers techniques ou journalistiques à prédominance masculine.

Les directions des sociétés identifieront les cursus permettant aux collaborateurs (trices) d'évoluer vers d'autres métiers, sous réserve des possibilités des conventions collectives et/ou accords d'entreprise, et favoriseront l'accès des femmes ou des hommes au cursus de formations mis en œuvre à cet effet.

Gaz Electricité de Grenoble (juin 2005)

Un rééquilibrage des recrutements sera recherché dans l'ensemble des métiers de l'entreprise, à l'occasion des recrutements.

Ainsi, les candidatures de salariées seront recherchées dans les métiers techniques et dans le collège exécution, avec examen particulier à l'occasion des recrutements externes.

A contrario, des démarches de même nature seront engagées, en direction des hommes, pour certains métiers fortement féminisés de l'entreprise.

Gaz de France, GRT Gaz (juillet 2008)

Les femmes sont très représentées dans les domaines « logistique tertiaire », « clientèle commercial » et demeurent fortement sous représentées dans les domaines techniques.

Des passerelles entre des métiers tertiaires et des métiers techniques sont recherchées particulièrement dans le cas de reconversions identifiées par la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC). Une communication sur les métiers concernés est réalisée dans les branches GRT Gaz SA.

Les dispositions précisées dans l'accord pour « la formation tout au long de la vie » signé en 2006 sont à utiliser pour faciliter ces passerelles : périodes de professionnalisation, validation des acquis de l'expérience (VAE), bilan de compétences, droit individuel à la formation, congé individuel de formation.

Cela peut être une opportunité pour des femmes intéressées, de rentrer dans des métiers techniques plus masculins et réciproquement.

Toutes les branches et GRT Gaz SA intègrent dans leurs plans d'actions les métiers et les projets spécifiques sur lesquels les efforts sont accentués et les types d'actions associés.

Ces actions seront partagées au niveau national afin de diffuser des exemples réussis et contribuer à faire mieux connaître aux femmes et aux hommes les possibilités qui s'ouvrent à eux. Les branches et GRT Gaz SA mettent en ligne ces informations dans la rubrique égalité professionnelle de l'intranet.

Pour cela, il est nécessaire de susciter l'envie chez les femmes et chez les managers d'explorer de nouveaux modèles. L'information et la communication sur ces métiers et ces nouvelles possibilités sont essentielles vis-à-vis des salariés mais aussi vis-à-vis des élèves au sein de l'éducation nationale. Gaz de France utilise les travaux mis en œuvre au sein de la branche IEG et s'engage dans les travaux européens et inter entreprises sur la valorisation des métiers techniques et scientifiques auprès des filles.

Des opérations spécifiques sont étudiées (forums métiers ciblés, interventions dans les écoles, partenariat, journées de portes ouvertes, visites de site, stages de découverte professionnelle) et mises en œuvre dans les plans d'action des directions GRT Gaz SA. La communication est relayée sur le site gazdefrance.com à la rubrique « recrutement ».

Développer la mixité des emplois, c'est aussi valoriser les métiers fortement féminisés et les rendre attractifs pour les hommes comme pour les femmes (conseiller clientèle par ex.)

Hennessy (Octobre 2008)

Les négociateurs sont conscients des spécificités de certains emplois existant dans l'entreprise :

- Certains requièrent des aptitudes physiques particulières, liées à la manutention de charges lourdes (agents de chai par exemple) ;

D'autres correspondent à des emplois pour lesquels, pour des raisons culturelles, sociales, ou liées à notre système éducatif, il existe encore une corrélation entre le sexe du jeune et son choix d'orientation professionnelle : à titre d'exemple, pour les hommes, le métier de tonnelier...pour les femmes, le métier d'assistante administrative.

Tout en tenant compte de ces spécificités, Jas Hennessy & Co s'engage à mettre en place les efforts nécessaires pour développer la mixité des emplois dans l'entreprise : développer le recrutement, la mobilité ou la promotion des femmes dans les métiers dits "masculins" (plus de 80% de titulaires masculins) et réciproquement, des hommes dans les métiers dits "féminins".

L'intégration des femmes dans les équipes masculines (effectif composé à plus de 80% d'hommes) sera attentivement suivie par la direction des ressources humaines, qui, lors d'un entretien organisé avec les titulaires lors de leur période d'essai, s'assurera de l'adaptation de leur poste et de leurs conditions d'emploi, et de leur bonne intégration.

L'intégration des hommes dans les équipes féminines fera l'objet de la même attention.

Le Bon Marché (Avril 2010)

Le développement de la mixité dans l'entreprise passe par la mise en œuvre des actions spécifiques suivantes :

Une prise de conscience collective

En interne : Le développement de la mixité dans le recrutement passe avant tout par la sensibilisation des principaux acteurs du recrutement (managers et Direction des Ressources Humaines) sur les déséquilibres constatés, les stéréotypes de genre et les enjeux de la mixité dans l'entreprise, la communication aux salariés de l'entreprise des principes clefs de non discrimination, du texte de l'accord et des orientations retenues dans celui-ci pour favoriser la mixité des recrutements et l'évolution des mentalités.

En externe : Les déséquilibres structurels constatés au sein de l'entreprise peuvent également tenir du déséquilibre des candidatures, qui trouvent leur source dans l'orientation scolaire. La mixité des recrutements continuera à être au cœur des recherches de l'entreprise par le biais d'actions de communication auprès des établissements et organismes de formation partenaires du Bon Marché.

Cette communication a pour but de les sensibiliser aux déséquilibres constatés dans l'entreprise en matière de mixité et de favoriser l'orientation des jeunes femmes vers des filières et métiers aujourd'hui occupés majoritairement par des hommes (ex : métiers techniques, logistique...) et inversement d'orienter des jeunes hommes vers des filières et métiers aujourd'hui occupés majoritairement par des femmes (ex : ventes, assistantat de direction, marketing, ressources humaines...).

A ce titre, Le Bon Marché poursuivra à encourager les initiatives des femmes et des hommes de l'entreprise exerçant des métiers où ils se trouvent peu représenté(e)s à participer à la présentation de leur métier à l'occasion par exemple des forums métiers, journées découvertes, interventions en établissement scolaire, fête de la mobilité, etc.

La mixité dans les emplois dans lesquels l'un des sexes n'est pas ou peu représenté suppose la mise en œuvre des actions spécifiques suivantes :

- en fonction des candidatures proposées et à compétences égales, en interne comme en externe, recruter davantage de femmes dans les emplois majoritairement occupés par des hommes et inversement,*
- favoriser l'accueil des stagiaires femmes ou hommes dans les domaines d'activités où ils sont sous-représentés et en faire une source de recrutement possibles pour l'entreprise.*

Macif (Décembre 2006)

Au-delà des actions concernant les filières de recrutement et les promotions, des actions à conduire afin de féminiser des emplois ou des métiers actuellement masculinisés et inversement seront définies.

Par conséquent, une cartographie des emplois, destinée à déterminer les filières métiers où la présence des femmes ou des hommes pourrait être renforcée, sera établie et ce pour améliorer la répartition femmes / hommes sur ces métiers et susciter l'intérêt pour les postes.

Merck Santé (janvier 2010)

Il est important d'encourager l'accès à tous les métiers de l'entreprise, et ce, quel que soit le genre du collaborateur, Plus encore, Merck Santé souhaite promouvoir l'accès de certaines fonctions à dominante masculine ou féminine, au genre opposé.

Pour cela, des témoignages, tant en interne qu'en externe, seront mis en avant, par exemple de femmes ayant accède à un métier à prédominance masculine (ex : CRIC) ou inversement.

Michelin (Mai 2009)

Notre entreprise, à caractère majoritairement industriel, évolue, en France, dans un contexte national où les filières industrielles de formation initiale sont encore aujourd'hui traditionnellement moins féminisées. Le flux d'embauche des années 70-80 a reflété ce qui se passait dans la société et notamment à la sortie des écoles : c'est-à-dire des embauches en large majorité masculines sur des métiers plutôt techniques, et des embauches à majorité féminines sur des métiers plutôt administratifs.

Afin de favoriser la mixité dans ses emplois, l'Entreprise souhaite recruter davantage de femmes dans les métiers aujourd'hui occupés en majorité par des hommes et inversement.

L'entreprise souhaite particulièrement, au cours de cet accord, orienter son action sur les métiers suivants et définit les objectifs suivants à fin 2011 :

- dans les métiers de l'industrie : faire progresser la proportion constaté de femmes en 2007 de 5%*
- dans les métiers du commerce : faire progresser la proportion constaté de femmes en 2007 de 5%.*
- dans les métiers de l'administration pour le statut collaborateur : faire progresser la proportion constaté d'hommes en 2007 de 5%*

Ces axes de progrès se réaliseront par une plus grande mixité dans le recrutement, mais aussi par le souhait de mieux faire connaître les métiers au sein de l'entreprise afin que la mobilité fonctionnelle y contribue (par.4.3.1).

Changements de postes

Afin de développer la mixité à tous les niveaux et dans tous les métiers, et de susciter des candidatures plus diverses, l'Entreprise s'engage à développer l'information sur les métiers auprès du personnel, notamment en mettant en œuvre un outil décrivant les principaux métiers ainsi que les passerelles entre les métiers.

En outre, elle s'engage à porter une attention particulière à la recherche de propositions tant de personnel féminin que de personnel masculin lors des changements de poste.

Place des Editeurs (Mai 2010)

L'étude des embauches en CDI réalisées au cours des quatre dernières années au sein de PDE fait apparaître :

- un taux de recrutement féminin sensiblement supérieur au taux de présence des femmes dans l'entreprise (86% vs 84%),*
- des embauches exclusivement féminines dans un certain nombre de filières et classifications,*
- des embauches masculines globalement et proportionnellement plus concentrées sur certaines filières métier et à certains niveaux de responsabilité.*

Si ce déséquilibre trouve en partie son origine dans des causes extérieures à l'entreprise (orientation scolaire, formation initiale, état du marché, représentations socioculturelles...), le recrutement reste un important levier pour faire évoluer la structure de la population de l'entreprise.

Offres d'emploi sans distinction de sexe

Les campagnes de recrutement sur l'ensemble des métiers de l'entreprise s'adressent aux femmes comme aux hommes, sans distinction.

A cet effet, PDE est attentive à ce que la terminologie utilisée en matière d'offre d'emploi et de définition de fonctions ne soit pas discriminante et permette ainsi, sans distinction, la candidature des femmes comme des hommes.

Une prise de conscience collective

En interne

Le développement de la mixité dans le recrutement passe avant tout par :

- la sensibilisation des principaux acteurs du recrutement (managers & RH) sur les déséquilibres constatés et les enjeux de la mixité dans l'entreprise,*

- la communication aux salariés de l'Entreprise des principes clés de non-discrimination, du texte de l'accord et des orientations retenues dans celui-ci pour favoriser la mixité des recrutements.

En externe

Par ailleurs, les déséquilibres structurels constatés au sein de l'entreprise tenant également à un déséquilibre des candidatures, qui trouve notamment sa source dans l'orientation scolaire, la mixité des recrutements sera recherchée par le biais d'actions de communication auprès des établissements et organismes de formation partenaires de PDE afin de les sensibiliser aux déséquilibres constatés dans l'entreprise en matière de mixité et de favoriser l'orientation des jeunes femmes vers des filières et métiers aujourd'hui majoritairement occupés par des hommes (ex : multimédia, informatique,...) et inversement (ex : Edition,...).

A ce titre, PDE encourage les initiatives des femmes et des hommes de l'entreprise exerçant des métiers où ils se trouvent peu représenté(e)s à participer à la présentation de leur métier à l'occasion par exemple des forums métiers, journées découvertes, interventions en établissement scolaire...

RTE (Mai 2007)

Les signataires partent du principe que la venue de personnels féminins, vers des métiers traditionnellement exercés par des personnels masculins, entraînera une évolution des métiers eux-mêmes, et une amélioration des conditions de travail bénéfique aux hommes comme aux femmes, liée à une réflexion sur l'ergonomie et l'organisation des postes de travail.

Aujourd'hui, une part importante des métiers à dominante technique demeure exercée par les hommes. A l'inverse, certains métiers de la filière administrative sont majoritairement, voire exclusivement, pratiqués par des femmes.

Sejer Décembre 2006)

En interne

Le développement de la mixité dans le recrutement passe avant tout par :

- la sensibilisation des principaux acteurs du recrutement (managers & RH) sur les déséquilibres constatés et les enjeux de la mixité dans l'entreprise,
- la communication aux salariés de l'Entreprise des principes clés de non-discrimination, du texte de l'accord et des orientations retenues dans celui-ci pour favoriser la mixité des recrutements.

En externe

Par ailleurs, les déséquilibres structurels constatés au sein de l'entreprise tenant également à un déséquilibre des candidatures, qui trouve notamment sa source dans l'orientation scolaire, la mixité des recrutements sera recherchée par le biais d'actions de communication auprès des établissements et organismes de formation partenaires de SEJER afin de les sensibiliser aux déséquilibres constatés dans l'entreprise en matière de mixité et de favoriser l'orientation des jeunes femmes vers des filières et métiers aujourd'hui majoritairement occupés par des hommes (ex : multimédia, informatique, ...) et inversement (ex : Edition, . . .).

A ce titre, SEJER encourage les initiatives des femmes et des hommes de l'entreprise exerçant des métiers où ils se trouvent peu représenté(e)s à participer à la présentation de leur métier à l'occasion par exemple des forums métiers, journées découvertes, interventions en établissement scolaire

2-2. Rééquilibrer la mixité dans les filières et métiers de l'entreprise.

La mixité dans les filières et métiers dans lesquels l'un des sexes est pas ou peu représenté suppose la mise en oeuvre des actions spécifiques suivantes :

- dans la mesure du possible et à candidatures équivalentes, recruter davantage de femmes dans les filières et métiers majoritairement occupés par des hommes et inversement.*
- favoriser l'accueil des stagiaires hommes ou femmes dans les métiers où ils sont sous-représentés.*

Schneider (Décembre 2004)

Dans le cadre du présent accord, Schneider Electric Industries se fixe comme objectif d'assurer une plus grande mixité de ses emplois, en favorisant les processus de formation permettant aux hommes et aux femmes soit d'évoluer dans leur métier, soit de changer de métier.

Ainsi, l'Entreprise s'engage à définir les plans d'actions de formation suivants :

- 1. Dans les fonctions et les postes très fortement féminisés (exemple : postes de secrétaires et d'assistantes), Schneider Electric Industries s'attachera à faciliter l'accès de ces femmes aux autres métiers de l'Entreprise, notamment ceux relevant du domaine technique.*
- 2. 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.*

Pour atteindre cet objectif, Schneider Electric Industries s'engage à analyser, et modifier le cas échéant, les « appellations » et/ou intitulés de postes existant dans l'Entreprise afin de vérifier leur identité, qu'ils soient occupés par des hommes ou des femmes.

Par ailleurs, 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.

SNCF (Mars 2006)

Dans le cadre du présent Accord, l'entreprise :

- affirme sa volonté de favoriser la mixité des recrutements en créant les conditions pour recruter davantage de femmes dans les métiers aujourd'hui majoritairement occupés par des hommes, mais également pour recruter davantage d'hommes dans les métiers aujourd'hui majoritairement occupés par des femmes.*

Annexe 2 : Accords d'entreprise abordant la question de la parentalité pour les salariés masculins

Accenture (6 mars 2009)

La Société Accenture SAS s'engage à développer des actions d'information auprès des étudiant(e)s, notamment au cours des forums-écoles par le biais de ses ambassadeurs/ambassadrices campus afin d'attirer les futurs talents en rappelant que ses métiers sont ouverts à tous et toutes.

Des livrets « Accent sur Elles » seront distribués afin de communiquer sur la place des femmes chez Accenture et une information sera faite sur l'engagement d'Accenture au travers de la signature d'un Accord en faveur de l'Égalité Professionnelle prévoyant notamment la prise en charge à 100 % des onze jours dans le cadre du congé de paternité.

Par ailleurs, un Guide de la Parentalité a été élaboré et est à la disposition des salarié(e)s en faisant la demande. Un extrait de ce guide concernant les droits et modalités afférents au congé de paternité sera intégré au kit informatif remis aux salarié(e)s entrants, lors des journées d'accueil.

Enfin, la Société Accenture SAS supporte les initiatives relatives à la prise en charge du congé de paternité dans le cadre des couples homo parentaux et s'attachera à travailler sur le sujet avec la Halde afin que les modalités pratiques de cette prise en charge soient définies.

Adecco (décembre 2008)

Les signataires souhaitent participer à l'évolution des rôles dévolus à chaque sexe dans la société. Ils considèrent que la prise de congé de paternité constitue un des moyens d'accompagner cette évolution.

Chaque année, dans le cadre de la négociation annuelle obligatoire, Adecco France SAS s'engage à aborder avec ses partenaires sociaux les modalités de prise des congés paternité et l'éventuel maintien du salaire des salariés permanents durant ce congé.

Mesure = nbre de salariés-pères ayant pris leur congé paternité / nbre potentiel de bénéficiaires selon les informations disponibles.

Aéroports de Paris (Juin 2003)

Les parties signataires constatent par ailleurs que, si le congé parental d'éducation et le temps partiel choisi 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 un congé parental d'éducation et/ou un temps partiel choisi.

Ainsi, la plupart des mesures facilitant la conciliation de la vie professionnelle et de l'éducation des enfants prévues par le présent accord concourent à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes quand bien même tous les agents d'ADP hommes ou femmes en sont bénéficiaires.

Aéroports de Paris (Novembre 2006)

Les parties signataires constatent que si le congé parental et le temps partiel choisi 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 (Décembre 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.

Aussi afin de favoriser ce droit, les parties décident, dans le cadre du présent accord, de maintenir la rémunération des salariés pères de famille répondant à la date du début de leur congé de paternité.

AFPA (Avril 2003)

Les parties signataires s'accordent sur la nécessité de mieux faire connaître aux salarié(e)s de l'AFPA le droit, ouvert aux hommes comme aux femmes, au congé parental d'éducation et le droit au congé de paternité.

Une plaquette d'information sur ces droits sera réalisée au cours de l'année 2003. L'indicateur de progrès retenu est l'évolution de la part des hommes dans la population bénéficiaire du congé parental d'éducation.

Alcan (novembre 2008)

Les dispositifs actuels permettant de concilier vie familiale et vie professionnelle en faveur de la parentalité pour les salariés masculins (congés parentaux, temps partiels ...) sont peu utilisés par les hommes. La Société s'engage à communiquer sur ces mesures auprès des salariés masculins.

Alcatel-Lucent (Janvier 2011)

La parentalité est une démarche importante au sein du Groupe Alcatel-Lucent en France. En conséquence,

au titre de l'égalité professionnelle qui doit également s'appliquer aux salariés hommes du Groupe, Alcatel-Lucent entend compléter, pour les salariés bénéficiant du congé paternité et de plus d'1 an d'ancienneté, la rémunération perçue pendant cette période de suspension du contrat de travail, afin d'atteindre 100 % du salaire de base.

Arc International (Juin 2008)

L'entreprise maintient la rémunération intégrale du salarié qui prend son congé paternité.

En effet, le mode d'indemnisation du congé paternité par la Sécurité Sociale créant des écarts de prise en charge, l'entreprise verse une indemnité complémentaire afin de maintenir à 100% le salaire des collaborateurs ayant une rémunération se situant au-delà du plafond. Ceci afin de permettre aux "Pères" de bénéficier de ce congé dans de meilleures conditions.

Arianespace (Juin 2008)

Valoriser le congé paternité, en le rémunérant. Cette mesure doit permettre aux pères de participer encore davantage à la naissance et à l'arrivée de l'enfant au foyer et ainsi de pouvoir établir une relation privilégiée avec l'enfant dès sa naissance.

⇒ Indicateur : comptabiliser le nombre et la durée des congés de paternité.

Banque de France (mai 2009)

Le rapport hommes/femmes contient des éléments chiffrés sur le nombre d'hommes ayant demandé à bénéficier du congé de paternité. Pour s'assurer que les hommes n'hésitent pas à prendre le congé de paternité, il convient de disposer d'éléments chiffrés plus précis.

⇒ Indicateur : pourcentage d'hommes ayant demandé un congé de paternité par rapport à la population qui aurait pu y prétendre.

Banque de France (Juillet 2010)

L'égalité professionnelle repose aussi sur la possibilité pour les deux parents d'exercer les responsabilités liées à leur parentalité.

Bayer Santé (octobre 2009)

Mesures encadrant le congé paternité

Accompagnement spécifique

Afin de neutraliser les stéréotypes fortement ancrés du rôle de père dans la sphère familiale et persuadée que l'égalité professionnelle repose ainsi sur un équilibre des responsabilités liées à la parentalité, Bayer Santé SAS propose un parcours spécifique au père dans le cadre de sa paternité. Celui-ci baptisé « accompagnement Papa Poule » (bébé nageur, cours de puériculture, visite crèche, etc.) permettra aux pères qui le souhaitent de mieux vivre ce changement.

Une plaquette explicative sur les droits durant le congé de paternité leur sera également distribuée.

Autorisations spéciales d'absences liées à la paternité

Parce que le rôle du père se construit avant même l'arrivée de l'enfant, il sera accordé au futur pères des autorisations spéciales d'absence d'une heure ou un contact de moins pour le terrain afin de lui permettre d'assister aux examens médicaux obligatoires liés à la grossesse de la future maman. La demande devra être accompagnée d'un justificatif. Il est demandé au collaborateur de solliciter, si possible, ces autorisations en début et fin de journée afin de ne pas perturber le service auquel il appartient.

L'autorisation spéciale d'absence d'une heure ou un contact en moins pourra être aussi demandée afin d'assister aux cours prénatals sur production de justificatifs.

Congé lié à la paternité

En cas de prise du congé de paternité simultanée avec le congé pour événement familial lié à cette naissance, la durée totale de l'absence indemnisée est portée à 15 jours calendaire.

Castorama (Octobre 2009)

Il est rappelé que les congés liés à la parentalité concernent aussi bien les femmes que les hommes.

CCAS (Septembre 2007)

Les congés liés à la parentalité ne doivent pas empêcher l'attribution d'avancement au choix au titre du professionnalisme aux femmes comme aux hommes pères de famille. En effet, les signataires considèrent que l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes suppose une égale prise en charge des responsabilités parentales, et à ce titre s'engagent à éviter qu'un salarié homme ou femme, soit pénalisé suite à la prise de tels congés.

CSF France (Décembre 2008)

L'entreprise réaffirme que les congés liés à la parentalité, en particulier les congés parentaux d'éducation doivent être accessibles aux hommes comme aux femmes.

Crédit Mutuel de Normandie (Juin 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 (congé paternité, congé maternité, congé pour enfant malade, congé parental d'éducation).

Danone Produits Frais (Septembre 2009)

L'égalité professionnelle repose sur la possibilité pour chacun des parents d'exercer les responsabilités liées à la parentalité.

Pour rappel, les pères de famille ont la possibilité de transformer leur prime de 13ème mois en temps, jusqu'à 22 jours de congés supplémentaires pour un temps plein.

Darty (Juin 2006)

L'Entreprise souhaite favoriser par une mesure incitative, un accès égal au bénéfice du congé paternité pour les jeunes pères de famille, quel que soit leur statut ou leur positionnement dans.

ERDF (septembre 2008)

Il est rappelé que les congés de maternité et d'adoption et de paternité ne doivent pas avoir d'impact sur le déroulement du parcours professionnel, ni affecter l'évolution salariale (avancement, droit à l'ancienneté, congés payés, 13ème mois, primes liées à la fonction, rémunération de la performance) des personnes intéressées.

Le congé de paternité fait l'objet d'un suivi particulier dans les indicateurs de l'accord. Afin de valoriser le congé de paternité, les gestionnaires du contrat de travail rappellent les possibilités offertes par le financement intégral de ce congé par l'entreprise aux nouveaux pères, dès qu'ils ont connaissance de la naissance de l'enfant.

FNAC Logistiques (Avril 2009)

Afin de favoriser le départ en congé de paternité, la Société FNAC LOGISTIQUE complète les indemnités journalières versées par la Sécurité Sociale.

Française de Mécanique (octobre 2006)

Lors de différentes réunions d'échanges et de négociation, la direction et les organisations syndicales ont constaté qu'un écart de prise en charge existait tant pour des salaires supérieurs au plafond de la Sécurité Sociale, que pour des salaires inférieurs à ce plafond. Cet «écart» existe avant précompte des contributions sociales et impositions de toute nature, applicables aux dites indemnités et mises à la charge du salarié par la loi.

Afin d'offrir aux pères de meilleures conditions pour participer à la naissance et l'arrivée au foyer d'un nouvel enfant, la direction et les organisations syndicales signataires sont convenues après négociation, du versement d'une indemnité complémentaire.

France Télévision (juillet 2007)

Les parties signataires réaffirment par le présent accord leur volonté d'assurer à tous les salariés du groupe la conciliation la plus équilibrée entre leur vie privée et leur professionnelle. A cet égard, ils veilleront à ce que les événements et choix liés à la naissance, l'adoption ou à l'éducation des enfants ne désavantagent pas le salarié, femmes ou hommes, dans leur évolution professionnelle et veilleront à ce que l'encadrement soit sensibilisé.

Le Groupe France Télévisions réaffirme que le travail à temps partiel lié à une situation parentale s'adresse aussi bien aux hommes qu'aux femmes et qu'il ne doit pas être un frein dans l'évolution professionnelle et salariale des salarié(e)s.

Le Groupe France Télévisions réaffirme que les congés liés à la parentalité, en particulier les congés pour enfants malades et les congés parentaux d'éducation doivent être accessibles aux hommes comme aux femmes.

Gaz de France-GRT Gaz (Juillet 2008)

L'accord précédent avait étendu aux pères de famille les autorisations d'absence pour enfants malades au même titre que les mères.

La prise du congé de paternité, payé à 100% par les entreprises, fait l'objet d'un suivi particulier dans les indicateurs de l'accord.

Afin de valoriser son utilisation, les gestionnaires de contrat de travail rappellent les modalités d'utilisation aux nouveaux pères dès réception de l'information.

Le fait que de nouveaux pères prennent ce congé participe à l'évolution des mentalités.

Hennessy (Octobre 2008)

Les signataires du présent accord considèrent qu'un plus grand équilibre entre les hommes et les femmes dans les soins apportés aux enfants contribue à l'égalité professionnelle.

Afin de favoriser la présence des pères dans leur famille lors d'une naissance ou d'une adoption, Jas Hennessy & Co maintient l'intégralité de leur salaire pendant la durée du congé paternité.

La durée légale du congé paternité actuellement en vigueur est augmentée de deux jours, pour être portée à 13 jours calendaires consécutifs, cumulable avec le congé pour naissance de 3 jours ouvrés.

Ifremer (Février 2008)

Les nouveaux droits des pères participent à l'évolution des mentalités et des comportements.

Jtekt (Avril 2006)

L'entreprise assurera le maintien de la rémunération du salarié en congés paternité.

Ainsi, les pères en congés paternité bénéficieront des mêmes conditions de revenus que les mères en congés maternité.

Le Bon Marché (2010)

L'égalité professionnelle repose sur la possibilité pour chacun des parents d'exercer les responsabilités liées à la parentalité. À ce titre et afin de promouvoir le congé paternité, il est convenu qu'une fiche d'information sur les modalités d'accès à ce congé sera intégrée dans le kit d'accueil des collaborateurs du Bon Marché.

LCL (Décembre 2007)

L'égalité professionnelle repose également sur un équilibre, au sein du couple, des responsabilités liées à la parentalité.

Afin de favoriser cet équilibre, LCL s'engage à maintenir le salaire des pères bénéficiant du congé de paternité prévu

Merck Santé (janvier 2010)

Les partenaires sociaux s'accordent sur la nécessité de mieux faire connaître aux pères ou futurs pères, les dispositifs existants auxquels ils peuvent avoir recours : congé paternité, congé parental, congé d'adoption, absence pour Soins Parent Malade.

L'Oréal (Décembre 2008)

Mercredi mère ou père de famille

Ce dispositif permet aux mères, pères ou parents adoptifs de réduire leur temps de travail, sous la forme, d'un, deux, trois ou quatre mercredis par mois, et ce dans la mesure où l'organisation et le fonctionnement du service le permettent.

Michelin (Mai 2009)

Le congé de paternité est un dispositif favorisant l'évolution des comportements socioculturels vers un meilleur partage de l'éducation des enfants et des tâches familiales. Afin de favoriser cette évolution et de permettre aux pères de participer dans de bonnes conditions à l'événement de la naissance et l'arrivée au foyer de l'enfant, l'Entreprise versera, comme pour le congé maternité, l'adoption, un complément aux indemnités journalières.

Paulstra (Décembre 2006)

La Direction s'engage également à ce que les congés parentaux d'éducation pour les hommes puissent être pris sans conséquence sur leur évolution de carrière.

PSA Peugeot Citroën (Novembre 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 (congé parental...).

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.

Place des Editeurs (Mai 2010)

Pour les futurs pères, autorisation d'absence pour assister aux visites prénatales obligatoires, avec maintien de la rémunération.

Renault (Février 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.

Afin de permettre aux pères de participer dans de bonnes conditions à l'événement de la naissance et l'arrivée au foyer du nouvel enfant, les pères concernés reçoivent 100 % de leur rémunération nette, pendant toute la durée du congé paternité, déduction faite des indemnités journalières de Sécurité Sociale. Celles-ci sont retenues pour leur montant avant précompte des contributions sociales et impositions de toute nature, applicables le cas échéant, sur lesdites indemnités et mises à la charge du salarié par la loi.

RTE (Mai 2007)

Les signataires affirment leur volonté de favoriser une meilleure conciliation entre la vie professionnelle et la vie privée des salariés, afin :

- de permettre une meilleure articulation des temps de vie à laquelle aspirent les hommes et les femmes,
- de promouvoir l'égalité,
- 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.

Les dispositions existantes qui contribuent à la réalisation de cet objectif de partage des activités dans le cadre de la parentalité sont rappelées :

- *maintien du salaire intégral au titre de l'article 22 du statut pendant les congés de maternité, de paternité et d'adoption.*

Schneider (Décembre 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.

SFR (Juillet 2006)

La Direction constate que le dispositif du congé paternité mis en place par la loi du 21 décembre 2001 et amélioré par l'accord du 30 juillet 2003 a notamment permis de participer au rééquilibrage des rôles dans la vie familiale et de contribuer à la remise en cause des stéréotypes culturels.

SNCF (Mars 2006)

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.

Sonacotra (Avril 2005)

La prise de congé parental d'éducation à parité : les parents qui prendront, chacun pour une durée égale, un congé parental d'éducation, bénéficieront d'avantages en matière de rémunérations et de couverture domicile.

Ce partage de l'éducation des enfants et des tâches familiales permettra aux pères concernés de percevoir le maintien du salaire net habituel (déduction faite des indemnités journalières de sécurité sociale) ainsi que des primes versées par l'entreprise.

Union Invivo (Décembre 2009)

Le congé paternité d'une durée de 11 jours est porté à 22 jours en cas de naissances multiples, la rémunération des journées supplémentaires au congé paternité initial est prise en charge par l'Entreprise. Ces jours de congés supplémentaires peuvent être répartis sur la première année suivant l'évènement.

Valeo embrayages (décembre 2007)

Dispositions spécifiques aux pères et mères de famille

Afin de faciliter l'organisation de la vie familiale, la société veillera à ce qu'un délai de prévenance d'au moins 10 jours soit systématiquement respecté avant toute formation professionnelle programmée par la société, sauf cas exceptionnels.

Dans le souci de concilier et répondre aux besoins individuels ou familiaux les salariés pourront formuler une demande de passage à temps partiel, et ce tout en respectant les besoins collectifs de bon fonctionnement.

Dans le cadre des accords existants au sein de la Société, les dispositions concernant la rentrée des classes et enfant malade sont maintenues à savoir :

- *absence pour enfant(s) malade(s)
les pères de familles vivant seul et ayant à charge leur(s) enfant(s) ou dont le conjoint est hospitalisé bénéficient des mêmes dispositions*
- *absence pour entrée des classes
les pères de familles vivant seul et ayant à charge leur(s) enfant(s) ou dont le conjoint est hospitalisé bénéficient des mêmes dispositions.*

Pour les pères ayant des enfants en garde alternée, il pourra bénéficier des dispositions ci-dessus sous réserve de la fourniture de justificatifs de la garde de l'enfant lors de la maladie ou de la rentrée des classes.