



L'ORÉAL



Communiqué de presse – 14 novembre 2019

Violences conjugales et entreprise :

« Comment les violences conjugales impactent-elles le monde du travail ? »

OneInThreeWomen révèle les résultats de la 1^{ère} étude européenne visant à identifier et à mesurer l'impact des violences conjugales subies par les salarié.e.s pour les entreprises



Les entreprises du réseau OneInThreeWomen témoignent de leur implication, des bonnes pratiques et des actions à venir

Paris, 14 novembre 2019 – Ce matin, OneInThreeWomen, 1^{er} réseau européen d'entreprises engagées contre les violences faites aux femmes co-fondé par la **Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE)** et la **Fondation Kering** en 2018, vient de révéler les résultats de son enquête intitulée « Comment les violences conjugales impactent-elles le monde du travail ? ». Menée par 4 chercheuses internationales, auprès des salarié.e.s de 6 entreprises membres du réseau (**Kering, L'Oréal, Korian, BNP Paribas, Carrefour** et **OuiCare**) dans 6 pays (France, Belgique, Allemagne, Espagne, Italie et Royaume-Uni), l'enquête avait pour objectif de mesurer l'impact des violences conjugales sur les salarié.e.s et leurs collègues, mais également l'entreprise toute entière, avant de formuler des recommandations destinées à les limiter. Retour en chiffres sur les principaux résultats et enseignements de cette 1^{ère} étude ainsi que sur le bilan et les perspectives des actions de OneInThreeWomen un an après son lancement.

Présentation des principaux résultats de l'étude

Envoyée à plus de 40 000 collaborateur.rice.s, l'enquête a permis de mettre en exergue 3 impacts majeurs des violences conjugales sur l'entreprise.

1. Les effets des violences conjugales sur les employé.e.s victimes

16% des femmes et 4% des hommes interrogé.e.s ont signalé des expériences actuelles ou passées de violences conjugales ; 24% des victimes ont pris des congés en raison des violences conjugales subies.

Au terme de l'enquête, 2 salarié.e.s sur 10 ont déclaré subir ou avoir subi des violences conjugales avec des conséquences sur leur vie professionnelle. En effet, plus de la moitié (55%) des salarié.e.s interrogé.e.s ont déclaré que ces violences avaient affecté leur travail, notamment du fait des retards, de l'absentéisme ou encore d'une baisse de leur productivité.

L'étude a également permis de montrer que les violences conjugales ne s'arrêtent pas aux portes du domicile, mais qu'elles se manifestent dans la vie professionnelle, via :

- La réception d'appels téléphoniques et de messages injurieux via des SMS (87%), des emails (33%) et sur les réseaux sociaux (27%).
- Les persécutions ou le harcèlement par la personne violente sur le lieu de travail ou à proximité (57%), voire sa présence physique sur le lieu de travail (44%).
- La prise de contact de la personne violente avec les collègues (37%), ou menace de contacter des collègues (33%).

2. Les effets des violences conjugales sur les collègues de travail

1 salarié.e sur 10 connaît un.e collègue ayant subi des violences conjugales

Afin de comprendre le niveau de sensibilisation des collaborateur.rice.s des entreprises aux violences conjugales, l'enquête a également pris soin d'interroger les sondé.e.s sur leur connaissance d'un.e ou plusieurs collègue(s) subissant ou ayant subi de telles violences : 16% des femmes et 13% des hommes déclarent connaître un.e collègue souffrant ou ayant souffert de ces violences.

Les salarié.e.s ayant, quant à eux, déclaré avoir perçu des signes de violences citent en priorité :

- Des troubles émotionnels (11%)
- Des indices ou confessions de problèmes à la maison (10%)
- Des blessures physiques (9,5%)
- Des changements au niveau de la performance et de la productivité (9,5%)
- Des absences et des retards (9,3%)
- Un calme ou une discrétion inhabituelle (8,1%)

Par ailleurs, parmi ces salarié.e.s ayant connaissance de violences subies par des collègues, 20% affirment que ces dernières ont eu des conséquences sur leur propre travail. Les principaux facteurs (85%) sont le stress et l'anxiété ressentis à l'égard du ou de la collègue victime de violences par peur qu'il ne lui arrive quelque chose.

3. La sensibilisation des employé.e.s au soutien disponible sur leur lieu de travail pour les victimes de violences conjugales

Seul.e.s 2 répondant.e.s sur 10 connaissent les ressources à leur disposition sur leur lieu de travail en cas de violences conjugales

Les répondant.e.s ont eu majoritairement connaissance des dispositifs permettant de déceler et d'accompagner les collègues victimes de violences conjugales, grâce à de la communication interne, mais également via un.e supérieur.e ou un.e collègue.

Par ailleurs, l'étude révèle une forme de silence autour des violences conjugales, notamment de la part des victimes. En effet, seules 37% d'entre elles ont déclaré avoir discuté avec un.e collègue de ce qu'elles subissaient. Les 63% restantes n'en ont pas parlé surtout car elles trouvaient cela inapproprié sur le lieu de travail (67%), mais aussi par peur, honte, déni ou encore crainte que cela n'affecte leur travail ou leurs perspectives de carrière.

L'enquête formule des recommandations destinées aux entreprises

A l'issue de ces résultats, et toujours en cohérence avec la mission que s'est donnée le réseau OneInThreeWomen de s'engager contre les violences faites aux femmes, et de lutter contre leurs effets au travail et sur leurs carrières, l'étude formule une série de recommandations destinées aux entreprises. L'objectif : leur donner des pistes pour mettre en place des informations, des formations et un soutien aux salarié.e.s, et ce afin de leur permettre de jouer un rôle non négligeable dans la prévention des violences conjugales.

Principales recommandations :

- Continuer à bâtir des programmes au niveau des entreprises pour promouvoir de manière active l'égalité femmes-hommes ;
- Créer un réseau de porte-paroles contre les violences conjugales au sein de chaque entreprise ;
- Créer des politiques d'entreprise sur les violences conjugales au travail ;
- Organiser des sessions de sensibilisation à tous les niveaux de l'entreprise ;
- Poursuivre la mise en place et/ou le déploiement de dispositifs d'accompagnement pour les salarié.e.s ;
- Impliquer l'ensemble des collaborateurs.rice.s, y compris les équipes dirigeantes ;
- Travailler sur les risques qu'impliquent les auteur.e.s de violences conjugales sur le lieu de travail.

OneInThreeWomen : l'entreprise, un lieu sûr au cœur de la lutte contre les violences conjugales

A l'issue de la restitution des résultats de l'enquête, les entreprises du réseau ont pu présenter les premiers éléments de bilan ainsi que les actions menées et les perspectives pour les mois à venir, après un an d'existence du réseau, de la signature de la Charte par les dirigeant.e.s de ses entreprises membres, mais également de présenter les actions menées depuis lors, et les perspectives pour les mois à venir.

Les membres ont salué la richesse et la force apportées par l'organisation en réseau et le travail collectif, notamment par l'exemplarité des entreprises plus avancées sur le sujet. En effet, le travail avec les pairs et le partage de bonnes pratiques, leur a permis de bénéficier d'une expertise, de s'inspirer des actions déjà mises en place, et de co-construire de nouveaux outils de sensibilisation. L'objectif majeur de ce travail est de donner naissance à des mesures concrètes relevant tant de la formation, que de partenariats avec les associations ou encore d'envisager une place accordée au sujet des violences conjugales dans les accords d'entreprise.

L'étude révèle, entre autres phénomènes, le rôle crucial que joue l'entreprise dans le soutien aux victimes. A distance du domicile, l'entreprise est en effet un lieu plus sûr pour la victime, à condition de pouvoir accueillir correctement et librement sa parole, comme celle de ses collègues et managers.

Fortes de ces premiers constats, les entreprises du réseau ont donc réaffirmé leur engagement dans la poursuite des actions menées durant l'année 2019, notamment en matière de sensibilisation des collaborateurs.rice.s à toutes les échelles. Parmi les principales perspectives du travail à poursuivre et intensifier, les membres du réseau ont par ailleurs également évoqué la nécessité de travailler sur l'employabilité des salarié.e.s victimes de violences conjugales ainsi que sur le sujet de « l'entreprise étendue » comme par exemple resserrer les liens avec les associations partenaires ou travailler sur les achats solidaires.

« FACE est fière de co-animer, avec la Fondation Kering, ce réseau d'entreprises engagées contre les violences conjugales. Nos objectifs à partir de 2020, seront d'œuvrer à l'implication de nouvelles entreprises sur ce sujet et de continuer à accompagner les entreprises dans l'élaboration de politiques internes pour soutenir au mieux leurs salariées victimes. »

Laurence Drake – Déléguée Générale de la Fondation Agir Contre l'Exclusion

« Les violences conjugales sont un phénomène de société et leur impact n'est plus à démontrer. Cette étude européenne lancée avec la Fondation Face et les entreprises du réseau OneInThreeWomen ancre cette réalité dans le monde de l'entreprise. Il est de notre responsabilité de faciliter le maintien et l'insertion dans l'emploi des femmes victimes de violences et de partager cette approche avec le plus grand nombre. »

Céline Bonnaire – Déléguée Générale de la Fondation Kering

Vous trouverez l'étude complète en PJ, ou en contactant l'agence LEON :

Marianne Felce-Dachez / Laura Palierne
marianne@agence-leon.fr / laura@agence-leon.fr
01 42 72 19 26

FACE

La Fondation Agir Contre l'exclusion (FACE) est reconnue d'utilité publique. Sa principale mission est de prévenir et lutter contre toutes formes d'exclusion, de discriminations et de pauvreté. FACE agit en lien avec les institutions publiques européennes et françaises et des entreprises socialement engagées. FACE a plus de 60 implantations sur l'ensemble du territoire et forte d'un réseau de 6 000 entreprises de toutes tailles. Elle œuvre au profit de 380 000 bénéficiaires. www.fondationface.org

LA FONDATION KERING

Depuis 2008, la Fondation Kering lutte contre les violences faites aux femmes. Pour maximiser son impact, la Fondation travaille main dans la main avec un nombre limité de partenaires locaux dans les trois principales régions d'implantation du Groupe : le continent américain, l'Europe de l'Ouest et l'Asie.

La Fondation soutient des organisations locales qui mettent les femmes victimes de violences au cœur de leurs programmes et qui travaillent sur la prévention, notamment avec les jeunes hommes et les garçons.

Enfin, la Fondation vise à faire évoluer les comportements, en déployant des formations sur les violences conjugales à destination des collaborateurs et en organisant des campagnes de sensibilisation internationales.

www.keringfoundation.org

@KeringForWomen

L'OREAL

Depuis plus de 100 ans, L'Oréal est dédié au métier de la beauté. Avec un portefeuille international de 36 marques diverses et complémentaires, le Groupe a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires de 26,9 milliards d'euros et compte 86 000 collaborateurs dans le monde. Leader mondial de la beauté, L'Oréal est présent dans tous les circuits de distribution : le marché de la grande consommation, les grands magasins, les pharmacies et parapharmacies, le travel retail, les boutiques de marque et le e-commerce.

L'Oréal s'appuie sur son excellence dans les domaines de la recherche et de l'innovation et ses 3 993 chercheurs pour répondre à toutes les aspirations de beauté dans le monde. À travers son programme « Sharing Beauty With All » L'Oréal a pris des engagements ambitieux en matière de développement durable tout au long de sa chaîne de valeur, à horizon 2020.

Pour plus d'information : <https://mediaroom.loreal.com/>

Korian

Korian, expert des services de soin et d'accompagnement aux seniors, gère le premier réseau européen de maisons de retraite médicalisées, de cliniques spécialisées, de résidences services, de soins et d'hospitalisation à domicile.

www.korian.com

@korian

BNP PARIBAS

BNP Paribas est une banque de premier plan en Europe avec un rayonnement international. Elle est présente dans 72 pays, avec plus de 202 000 collaborateurs, dont plus de 154 000 en Europe. Le Groupe détient des positions clés dans ses trois grands domaines d'activité : Domestic Markets et International Financial Services, dont les réseaux de banques de détail et les services financiers sont regroupés dans Retail Banking & Services, et Corporate & Institutional Banking, centré sur les clientèles Entreprises et Institutionnels. Le Groupe accompagne l'ensemble de ses clients (particuliers, associations, entrepreneurs, PME, grandes entreprises et institutionnels) pour les aider à réaliser leurs projets en leur proposant des services de financement, d'investissement, d'épargne et de protection. En Europe, le Groupe a quatre marchés domestiques (la Belgique, la France, l'Italie et le Luxembourg) et BNP Paribas Personal Finance est le 1er acteur spécialisé du financement aux particuliers en Europe. BNP Paribas développe également son modèle intégré de banque de détail dans les pays du bassin méditerranéen, en Turquie, en Europe de l'Est et a un réseau important dans l'Ouest des Etats-Unis. Dans ses activités Corporate & Institutional Banking et International Financial Services, BNP Paribas bénéficie d'un leadership en Europe, d'une forte présence dans les Amériques, ainsi que d'un dispositif solide et en forte croissance en Asie-Pacifique.

GROUPE CARREFOUR

Fort d'un réseau multi-formats de plus de 12 000 magasins dans plus de 30 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Carrefour accueille 105 millions de clients à travers le monde et a réalisé un chiffre d'affaires de 84,916 milliards d'euros en 2018. Il compte plus de 360 000 collaborateurs qui contribuent à faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire pour tous, en offrant chaque jour une alimentation de qualité, accessible partout et à un prix raisonnable.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.carrefour.com, sur Twitter (@GroupeCarrefour) et sur LinkedIn (Carrefour).

Le Fonds de solidarité Oui Care

Le Fonds de Solidarité Oui Care a été créé en 2017 par Guillaume Richard, PDG du groupe de services à domicile Oui Care. Les emplois dans le secteur des services à domicile étant en grande majorité occupés par des femmes il était légitime de prendre part au quotidien qu'elles traversent et à la réalité qu'elles vivent. C'est pourquoi ce Fonds de Solidarité Oui Care a pour vocation de lutter contre les violences faites aux femmes et contre les inégalités entre les femmes et les hommes. Il fait la promotion de ces sujets en apportant son soutien à des associations, en participant à des événements de sensibilisation mais également en venant en aide, financièrement, directement aux victimes.

SNCF

SNCF est l'un des premiers groupes mondiaux de transport de voyageurs et de logistique de marchandises avec 33,3 milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2018, dont un tiers à l'international. Avec son socle ferroviaire français et riche de son expertise d'architecte de services de transport, le Groupe emploie 270 000 collaborateurs dans 120 pays. Son objectif est d'être la référence de la mobilité et de la logistique en France et dans le Monde.

> Pour en savoir plus : <https://www.sncf.com>