

Quelle entreprise pour les femmes ?

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses**

Band (Jahr): **88 (2000)**

Heft 1444

PDF erstellt am: **25.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-281897>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



© J.-Ph. Dauter

après). La très grande majorité des femmes chercherait d'abord à se renseigner sur ses droits et ses possibilités de contestation (en moyenne 65 %). Elles sont encore 14 % (avant la campagne) et 12,5 % après la campagne à déclarer qu'elles s'accommoderaient de la situation ! La campagne d'affichage semble donc n'avoir pratiquement rien changé au niveau de la volonté des femmes d'agir lorsqu'elles se sentent victimes d'une inégalité.

Autre donnée intéressante de l'évaluation : à qui s'adresseraient les femmes qui « ne se résignent pas » ? Réflexe normal, c'est d'abord au syndicat (env. 30 %), puis au service du personnel (un quart), au tribunal des prud'hommes (env. un cinquième), aux juristes ou avocats (un peu plus d'une sur dix). Les bureaux de l'égalité arrivent quasi en dernier avec 8,8 %, ce chiffre ayant néanmoins pratiquement doublé par rapport au 4,8 % des réponses données lors de l'enquête menée avant la campagne ! Ces chiffres s'expliquent notamment par le fait que tous les bureaux n'ont pas forcément pour tâche d'informer et de conseiller la population sur les problèmes d'égalité. Près d'une femme sur deux, en Suisse romande (avec des disparités cantonales assez marquées), connaît l'existence du bureau de l'égalité. L'important est donc surtout que la population dans son ensemble connaisse l'existence des bureaux et leur mission. ||

Martine Chaponnière

QUELLE ENTREPRISE POUR LES FEMMES ?

Dans le cadre de la campagne « Réagissons », un colloque a eu lieu le 25 mai dernier, destiné plus particulièrement aux responsables des ressources humaines et aux chef-fe-s d'entreprise. Le colloque a réuni une petite quarantaine de participant-e-s, ce qui est peu comparé au nombre d'invitations envoyées. Mais il faut relever la présence de près d'un tiers d'hommes, ce qui, au vu d'expériences antérieures, montre tout de même l'intérêt croissant des hommes pour la problématique de l'égalité dans l'entreprise. Dans l'impossibilité de citer ici l'ensemble des interventions, relevons-en deux, l'une plus générale, l'autre plus ciblée sur la politique concrète de l'entreprise.

Pour une carrière épïcène

Le professeur Yves Emery, de l'Institut des hautes études en administration publique (IDHEAP), a plaidé en faveur d'une redéfinition de la notion de carrière, qu'il veut « épïcène », vue comme « l'ensemble du cheminement professionnel et extra-professionnel de l'individu, qui va s'étendre durant la totalité de sa vie dite active ». Cette nouvelle définition a le mérite de faire éclater le lien exclusif entre carrière et travail marchand pour englober des rôles et responsabilités que l'individu est amené à exercer en dehors de son travail rémunéré, au sein d'associations privées ou publiques, par exemple, au sein de la famille également. « Dans cette optique, relève le professeur Emery, la carrière vise à accroître le bien-être de l'individu et non forcément son ascension hiérarchique et sociale. Pour ce faire, elle prend en considération l'ensemble de sa personne et non seulement ses compétences. Nous pensons qu'ainsi, la carrière permettra à l'individu de se développer en harmonie et non au détriment des autres sphères de l'existence, sociale et privée. Cette nouvelle conception suppose du côté de l'employeur une importante marge de flexibilité des conditions d'emploi. »

Hoffmann-La Roche : des mesures concrètes

Un bon exemple de la « marge de flexibilité des conditions d'emploi » est fourni par l'entreprise F. Hoffmann-La Roche. Etienne Verrey, déléguée à l'égalité du groupe pharmaceutique à Bâle, a présenté les mesures concrètes prises par cette entreprise pour favoriser l'égalité des chances entre femmes et hommes.

En voici quelques-unes :

- || Formation continue
- || Possibilités de garde des enfants
- || Mise en place d'un réseau pour femmes
- || Création d'un poste de déléguée à l'égalité
- || Intégration du thème de l'égalité dans les cours de management
- || Redéfinition du profil de la profession de secrétaire
- || Guide de mise en œuvre de l'égalité sur le plan linguistique.

Même si, selon Etienne Verrey, « le chemin vers l'égalité est semé d'embûches et le projet difficilement réalisable en un laps de temps déterminé », les résultats d'une politique volontariste finissent tout de même par se faire sentir. Chez Hoffmann-La Roche, le pourcentage de femmes dans la direction est passé de 0,5 en 1987 à 4,4 en 2000, et la proportion de femmes cadres au niveau moyen et inférieur de 3 à 19 %.

(mc)

