

L'AACC et Les Lionnes révèlent les résultats du 1^{er} baromètre destiné à mesurer les faits de harcèlement en agence

Paris, le 15 avril 2021 | L'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC) et l'association Les Lionnes révèlent les résultats de leur consultation "L'état des Lionnes" menée avec OpinionWay auprès de plus de 3 000 répondants et destinée à mesurer les faits de harcèlement et d'agression en agence. La communication est ainsi la 1^{ère} industrie à se doter d'un outil de mesure sur les sujets de harcèlement. Sur une période d'un mois, des femmes et des hommes actuellement en agence de publicité et de communication ou ayant quitté leur dernière agence il y a moins de trois ans, ont répondu de manière volontaire à cette consultation. La première édition de ce baromètre doit constituer le point de départ à la mise en place de mesures adaptées pour lutter efficacement et durablement contre toute forme de harcèlement.

L'AACC est le premier syndicat professionnel représentatif du secteur de la publicité et de la communication et regroupe près de 200 entreprises qui emploient environ 12 000 salariés. L'association Les Lionnes, créée en 2019, entend promouvoir, défendre et protéger les droits des femmes dans le secteur de la publicité et de la communication. Deux ans après le mouvement #Metoo dans la publicité et alors que plusieurs faits d'agressions et de harcèlement ont été dénoncés, ces deux grands acteurs s'unissent pour accompagner la libération de la parole, dresser un état des lieux et trouver des solutions concrètes.

A l'instar de nombreux secteurs, celui de la publicité et de la communication n'est pas épargné par les faits de harcèlement. La profession se mobilise en proposant le 1^{er} baromètre destiné à mieux connaître les faits, comprendre comment les situations de harcèlement peuvent advenir et ainsi proposer les dispositifs adaptés. Cette consultation à laquelle 3002 personnes ont répondu, dont 2 792 sont actuellement en agence de communication, est basée sur des participations volontaires.

Les principaux enseignements du baromètre

Le premier constat est encourageant car les résultats démontrent dans l'ensemble une évolution positive de ces sujets sur les 3 années mesurées. Ils soulignent aussi leur complexité et éclairent le fait que, si beaucoup d'agences se sont emparées du sujet, il y a encore des progrès à faire.

Pour 53 % des interrogés, le climat dans les agences est considéré comme serein et 39 % le considèrent comme neutre. Pas moins de 74 % des répondants déclarent que le sujet de l'égalité et de la parité est considéré comme prioritaire ou important dans leur entreprise. Pourtant, au quotidien, pour beaucoup de collaborateurs, l'égalité salariale n'est pas encore atteinte. Sur le panel interrogé, 44 % des femmes sont convaincues que les hommes sont/étaient favorisés par rapport aux femmes au sein de leur agence en termes de niveau de rémunération, 17 % des hommes partagent cet avis. En revanche, les femmes sont 73 % à penser que les hommes ne sont pas favorisés lorsqu'il s'agit d'attribuer de nouvelles missions.

60 % des répondants déclarent avoir été témoins d'au moins un fait de harcèlement ou d'agression en agence durant leur carrière, dont 32 % dans leur agence actuelle. Et 47 % des personnes qui ont répondu avoir été témoins de faits de harcèlement déclarent ne pas les avoir signalés en invoquant notamment, la peur d'être pénalisé dans leur travail (26 %) et la crainte de possibles répercussions sur la personne victime (24 %). Des résultats forts qui démontrent la nécessité pour les agences de proposer un cadre de parole protégé avec des interlocuteurs identifiés.

Les personnes qui se sont déclarées victimes ont également été invitées à s'exprimer sur les faits qu'elles ont subi, ainsi 47 % déclarent avoir été victimes au moins une fois d'un fait de harcèlement, qu'il s'agisse de faits de harcèlement moral¹ (38 %), de faits de harcèlement sexuel d'ambiance² (24 %) ou de faits de harcèlement sexuel³ (9 %). Parmi les victimes, 13 % ont répondu que ces faits s'étaient déroulés au cours de la dernière année.

Plusieurs agences ont progressivement déployé des dispositifs mais il y a encore des axes d'amélioration certains. 60 % des personnes déclarent qu'il existe, au sein de leur agence, des outils de surveillance ou signalement des comportements à risques, et autant relatent des actions d'information et de sensibilisation. Au-delà de ces actions ponctuelles, un tiers des interrogés déclarent que leur agence n'a pas mis en place un « plan de lutte contre le harcèlement », un résultat clair qui démontre la nécessaire prise de conscience au sein de la profession pour prendre des dispositions d'envergure et de long terme afin que celles-ci soient efficaces.

« La parole se libère dans notre secteur et nous ne pouvons que nous en réjouir pour l'avenir de la profession. Cependant, les réseaux sociaux ne peuvent être une solution pérenne, et ce baromètre nous livre pour la première fois, un état des lieux objectif, nécessaire pour avancer et pouvoir prendre les mesures nécessaires. » explique David Leclabart, co-président de l'AACC. *« La lutte contre le harcèlement est un combat de long terme que nous ne pourrons mener que collectivement. Selon ce baromètre, une majorité des répondants jugent le climat de leur agence actuelle comme serein ou neutre, mais nous sommes conscients du gros travail que nous avons à faire pour que les dispositifs d'accompagnement et de soutien soient à la fois mieux identifiés mais aussi plus performants »*, poursuit Bertille Toledano, co-présidente de l'AACC.

« Les agences ont une occasion unique d'enfin affronter le sujet du harcèlement et de s'approprier, en tant qu'industrie, les combats du féminisme. Aujourd'hui il faut dépasser les seules obligations légales (premier socle incontournable à respecter) et faire le choix de la parité au sein des organes de direction. C'est comme ça que les agences pourront lutter contre le premier fléau qui touche l'industrie et qu'a révélé L'État des Lionnes : la fuite des talents. Ainsi, elles pourront retrouver leur rôle d'éclaireur » précise Julie Régis, Présidente des Lionnes.

[Pour consulter l'étude, pour télécharger l'ensemble de l'étude](#)

Pour poursuivre la réflexion et échanger autour des résultats,
Julie Régis, Bertille Toledano et David Leclabart seront réunis autour
[**d'une table ronde animée par Stratégies le jeudi 22 avril prochain de 11h à 12h.**](#)

¹ Le harcèlement moral est une conduite abusive qui par des gestes, paroles, comportements, attitudes répétées ou systématiques vise à dégrader les conditions de travail d'une personne. Ces pratiques causent des troubles psychiques ou physiques mettant en danger la santé de la victime. Le harcèlement moral est une technique de destruction de l'autre.

² Le harcèlement sexuel d'ambiance désigne une situation où, sans être directement visée, une personne est témoin de provocations et de blagues vulgaires ou obscènes qui lui deviennent insupportables

³ Le harcèlement sexuel est défini par le Code pénal, comme le fait d'imposer à une personne, de façon répétée, des propos ou comportements à connotation sexuelle qui soit portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant, soit créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante. Est assimilé au harcèlement sexuel le fait, même non répété, d'user de toute forme de pression grave dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un tiers.

Méthodologie

Les résultats présentés ci-dessus sont issus d'une consultation, et non d'un sondage. Une consultation n'est pas représentative de l'ensemble de la population considérée, ainsi la part de femmes ayant répondu à la consultation (71 % contre 29 % d'hommes) est légèrement supérieure à celle observée en agences de communication (58 % contre 42 % selon l'AACC).

Néanmoins, la légitimité des résultats repose sur le grand nombre de participants à la consultation.

La consultation a été menée en ligne du 14 janvier au 22 février 2021 auprès de personnes travaillant actuellement en agence de publicité ou de communication ou ayant quitté leur agence au cours de ces trois dernières années. 3 002 personnes ont répondu à cette consultation construite autour de 39 questions.

Tous les termes et expressions employés dans le baromètre ont été définis auprès des personnes interrogées pour assurer une grille de lecture homogène.

A propos de l'Association des Agences-Conseils en Communication : L'Association des Agences-Conseils en Communication - syndicat professionnel créé en 1972 - regroupe près de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui environ 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 Délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de 4 Commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : Développement, Droit Social, Juridique et RSE. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.

A propos de l'association Les Lionnes : Créée en mars 2019 au moment du #MetooPub Les Lionnes sont la première association féministe dédiée à la défense, la protection et la promotion des femmes dans les entreprises de la publicité et de la communication. Connue pour ses opérations de collage nocturne, l'association accueille la parole des victimes de harcèlement en agence, victimes qu'elle oriente et qu'elle accompagne dans leurs démarches aux côtés de WomenSafe. C'est à ces victimes que les deux premières saisons du podcast RUGIR sont dédiées. L'association intervient également dans les écoles pour des opérations d'information et de sensibilisation. L'État des Lionnes est le premier d'une série de projets dédiés à la transformation durable des agences.

Contacts presse

AACC | Loraine Roncin – 01 47 42 27 26 – ironcin@aacc.fr

Vae Solis Communications | Clémence Naizet – 06 64 63 89 98 – clemence.naizet@vae-solis.com

Les Lionnes | Emilie Cabanié – 06 48 73 41 68 – cabanie.emilie@gmail.com