

(Communiqué)

association des agences
conseil et création

16/09/2025

L'AACC révèle les résultats de la 3^e édition du baromètre sur les faits de harcèlement en agence

L'association des agences conseil et création (AACC), en partenariat avec le réseau d'associations Women Safe & Children, dévoile les résultats de la 3^e consultation* de son baromètre consacré au harcèlement sexiste, sexuel et moral en agence. Réalisée par OpinionWay auprès d'environ 580 répondants actuellement en poste ou ayant travaillé en agence au cours des trois dernières années, cette nouvelle édition confirme une évolution des comportements face au harcèlement.

La tolérance à l'égard de ces faits diminue et la prévention du harcèlement s'ancre de plus en plus dans la culture des agences. Les collaborateurs sont mieux informés, mieux outillés et plus enclins à utiliser les dispositifs de signalement existants. Ces résultats rappellent l'importance de poursuivre l'effort collectif engagé afin de maintenir un climat de confiance et favoriser une parole libre.

Des avancées notables dans la libération de la parole

Les résultats de 2024 montrent que la parole se libère en agence. Les collaborateurs osent davantage aborder les sujets de harcèlement et agir en conséquence.

- **81% des répondants considèrent que l'égalité et la parité doivent être des priorités pour les agences (+ 7 points vs 2021 / - 2 points vs 2023).**
- **71% déclarent savoir comment réagir s'ils sont témoins ou victimes de harcèlement (+6 points vs 2023).**
- **Les dénonciations des faits progressent :**
 - **33% des témoins déclarent avoir signalé un fait de harcèlement (+ 11 points vs 2021 et + 5 points vs 2023)**
 - **39% des victimes ont dénoncé leur situation (+ 17 points vs 2021 et + 9 points vs 2023).**
- **Les hommes sont également plus nombreux à parler : 9% déclarent avoir été victimes de harcèlement sexuel (+ 4 points vs 2021 et + 6 points vs 2023).**
- **67% des moins de 30 ans sont en attente de solutions concrètes de la part des agences.**



Un engagement collectif à renforcer

Pour autant, la peur reste un frein au signalement des faits :

- 54% des répondants redoutent d'être pénalisé dans leur travail,
- 38% craignent de ne pas être pris au sérieux.

Les agences sont aujourd'hui mieux structurées pour répondre aux attentes des collaborateurs. Toutefois, de nombreux faits de harcèlement restent encore non déclarés. L'industrie publicitaire poursuit sa mobilisation pour faire évoluer les comportements et proposer des mesures concrètes. « La lutte contre le harcèlement ne peut être efficace que si elle s'inscrit dans le temps long. Pour cela, les agences doivent continuer les formations, renforcer leurs dispositifs de prévention et d'accompagnement et s'appuyer sur des structures externes pour les accompagner » déclare **David Leclabart, co-président de l'AACC et président d'Australie GAD.**

Une mobilisation durable de l'AACC

Convaincue que la lutte contre les harcèlements demande un engagement de long terme, l'AACC accompagne dans la durée les agences dans la mise en place de solutions adaptées. Elle a inscrit cette cause dans ses priorités dès 2020, en intégrant la lutte contre le harcèlement dans son label RSE Agences Actives et en négociant un accord de branche dédié à la lutte contre le harcèlement.

L'AACC a également mis en place de nombreux outils pour aider les agences à lutter contre les faits de harcèlements : **une ligne d'écoute et d'accompagnement à l'attention des victimes et témoins** (harcèlements, burn-out, mal être lié à des situations de souffrance au travail) ; **le guide « Agir ensemble contre le harcèlement sexuel ou moral en agence »** ; **des modules de formations inter-entreprises et sur-mesure** (format personnalisé) dédiés aux référent·es employeur CSE et membres du CSE, à l'ensemble des collaborateurs·rices et aux managers.

Depuis 2020, plus de 400 personnes ont bénéficié des formations du cabinet EQUILIBRES, partenaire privilégié des agences. Ces formations vont au-delà de la prévention du harcèlement sous toutes ses formes **Julie Peigné, consultante et formatrice chez EQUILIBRES** souligne « Grâce à notre connaissance des spécificités du secteur, nous concevons des formations qui ont un impact concret sur le quotidien des agences. »

Cette année, en partenariat avec l'Académie Women Safe & Children, l'AACC propose des ateliers de mise en pratique :

- **Création d'un respectomètre**, un outil commun pour visualiser et partager des repères collectifs en matière de respect et de prévention des violences, afin de renforcer la cohésion, la responsabilité partagée et la solidarité au sein des équipes.





- **Réalisation d'une fresque contre le harcèlement**, un dispositif pour comprendre la complexité et les conséquences des situations de harcèlement (victimes, témoins et organisation), renforcer l'empathie et la vigilance et définir des actions concrètes.

L'objectif est d'encourager les débats intergénérationnels « Aujourd'hui, il est important d'accompagner les agences dans la structuration de leurs dispositifs internes de prévention et d'accompagnement. Cela passe par une meilleure formation, une écoute active et des outils concrets à tous les niveaux de l'organisation. Il est tout aussi fondamental de faciliter le dialogue entre les générations, car les perceptions, les attentes et les sensibilités peuvent varier fortement. Ce dialogue est une condition clé pour garantir un environnement de travail sain, respectueux et inclusif » précise **Frédérique Martz, présidente du réseau d'associations Women Safe & Children**.

* Consultation menée par OpinionWay pour l'AACC et le réseau d'associations Women Safe & Children. Elle a été réalisée entre le 2 décembre 2024 et le 16 janvier 2025, auprès de 582 personnes travaillant en agence de communication ou y ayant travaillé au cours des 3 dernières années. Nombre de participants : 3002 en V1 / 1183 en V2. Les résultats présentés sont issus d'une consultation. Une consultation diffère d'un sondage car l'invitation se fait sur la base du volontariat et les résultats ne se veulent pas représentatifs de la population interrogée. La nature de l'enquête, sous forme de consultation, influe en partie sur le profil des participants qui sont ceux qui ont envie de s'exprimer sur ce sujet.

À PROPOS AACC

L'association des agences conseil et création est un syndicat professionnel créé en 1972. L'association représente et fédère les professionnels autour des enjeux majeurs que sont : la valeur de nos métiers, l'attractivité de nos agences et la responsabilité. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.

À PROPOS WOMEN SAFE & CHILDREN

Women Safe & Children est un réseau français d'associations, reconnu d'intérêt général, spécialisé dans la prise en charge et l'accompagnement interdisciplinaire et global des femmes, des enfants, des adolescents, victimes de toute forme de violences, quel que soit le lieu où elles ont été perpétrées. L'Académie Women Safe & Children, organisme de formation et conseil certifié Qualiopi, propose une expertise interdisciplinaire de terrain et une ingénierie pédagogique reconnues depuis 2014. Elle contribue au financement de la prise en charge des femmes et des mineurs victimes de violences, assurée par le collectif d'associations Women Safe & Children.

CONTACT

Annabelle Rousseau
arousseau@aacc.fr



Le baromètre du harcèlement en agence

3^{ème} consultation

WOMEN SAFE & CHILDREN
AACC

Cette consultation a été réalisée entre le 2 décembre 2024 et le 16 janvier 2025, auprès de 582 personnes travaillant en agence de communication ou y ayant travaillé au cours des 3 dernières années*

Nombre de participants : 3002 en V1 (mars 2021) / 1183 en V2 (mars-avril 2023) / 582 en V3 (décembre-janvier 2024)

Légende 2021 2023

Egalité femmes-hommes, un sujet traité prioritairement par les agences

81%

des répondants considèrent que le sujet de l'égalité et la parité est important voire prioritaire pour leur agence

+ 7 pts - 2 pts

Selon **45%** des répondants, l'égalité femmes-hommes en matière de rémunération est de + en + appliquée + 13 pts

Toutefois 1 répondant sur 2 considère toujours qu'il existe des inégalités en faveur des hommes

3

- Rémunération : **36%** -1 pts + 2 pts
- Accès aux postes à responsabilité : **35%** -1 pts + 6 pts
- Évolution de carrière : **33%** + 1 pts + 6 pts

Harcèlement sexiste et sexuel, une légère hausse est constatée

	Témoins		Victimes
	37% idem + 6 pts	Harcèlement sexuel d'ambiance	21% - 3 pts + 3 pts
	21% + 1 pts + 5 pts	Harcèlement sexuel	11% + 2 pts + 3 pts
	43% - 9 pts - 1 pts	Harcèlement moral	37% - 1 pts + 1 pts

Signalements des faits

Les signalements sont en hausse

Des faits de + en + signalés par les témoins et dénoncés par les victimes

Témoins
33%
+ 11 pts + 5 pts

Victimes
39%
+ 17 pts + 9 pts

Les hommes déclarent plus facilement qu'ils sont victimes

Harcèlement sexuel d'ambiance
15%
+ 7 pts + 9 pts

Harcèlement sexuel
9%
+ 4 pts + 6 pts

Harcèlement moral
35%
+ 5 pts + 5 pts

➔ Ils se rapprochent ainsi du niveau des femmes

La peur reste un frein au signalement des faits

78%

+ 4 pts idem

des répondants ont peur

- D'être pénalisé dans leur travail **54%** + 2 pts idem
- De ne pas être pris au sérieux **38%** - 1 pts - 6 pts

Actions

La prévention en agence se relâche (vs 2021)

↘ **51%**
Mise en place d'un plan de lutte contre le harcèlement - 3 pts

↘ **61%**
Mise en place d'outils de surveillance - 3 pts

↘ **57%**
Information / sensibilisation aux risques de harcèlement - 8 pts

Après les signalements

37%
des répondants témoins ou victimes indiquent que des actions ont été mises en place à la suite des signalements
+ 10 pts + 7 pts

30%
des répondants pensent que rien n'a été mis en place après la dénonciation - 4 pts

1/3
des répondants ne savent pas si cela a été suivi d'une action - 3 pts

➔ La connaissance des bonnes réactions à observer progresse

71%

des répondants savent quoi faire s'ils sont témoins ou victimes de harcèlements

+ 6 pts + 3 pts

Les moins de 30 ans, en attente de solutions concrètes de la part des agences

67%

des - 30 ans se sentent démunis s'ils sont témoins ou victimes (vs 55% des 50 ans et plus).