

Études sur la visibilité lesbienne au travail

VOILAT | visibilité
ou invisibilité
des lesbiennes
au travail





Introduction

Depuis plusieurs années, à travers ses productions, L'Autre Cercle constate une absence flagrante de lesbiennes visibles au sein des entreprises et des organisations publiques, jusque dans les candidatures pour les Rôles Modèles LGBT+.

En écho à la question de l'égalité professionnelle, les lesbiennes se dévoilent et s'affirment beaucoup moins que leurs homologues gays.

Afin de comprendre les causes profondes de cet état de fait, et d'y apporter des réponses, L'Autre Cercle a lancé un grand chantier en 2021 autour du projet VOILAT, Visibilité Ou Invisibilité des Lesbiennes Au Travail.



« Dans le monde du travail, rien ne justifie une moindre proportion de femmes lesbiennes et bisexuelles. Pour L'Autre Cercle, il y a une grande urgence d'apporter un éclairage sur le phénomène d'intersectionnalité au coeur duquel elles sont enclavées et contribuer ainsi à changer ce paradigme » affirme Denis Triay, président de L'Autre Cercle.

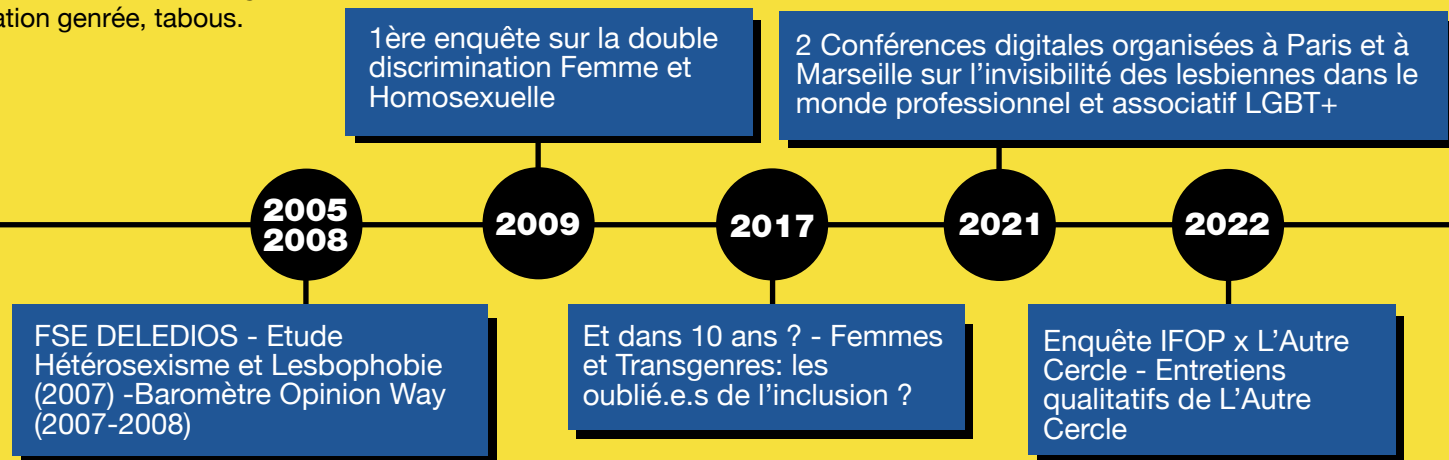
Nous avons missionné l'Ifop pour élaborer une 1ère enquête nationale et nous avons piloté une série d'interviews de lesbiennes pour croiser des données quantitatives et qualitatives. Sans préjuger des résultats, nous avons identifié plusieurs pistes d'explication à cette non-visibilité, que l'on retrouve confortées dans les 2 études que nous vous présentons aujourd'hui : sexisme, inégalité professionnelle entre les femmes et les hommes, éducation genrée, tabous.

« Longtemps je me suis cachée. Adeptes du 'pour vivre heureuse vivons cachée' j'ai pris conscience du poids psychologique de cette posture lorsque je suis devenue visible. Force est de constater que le sexisme au travail reste la discrimination la plus prégnante, pour une femme cisgenre blanche » témoigne Sylvie Meisel, administratrice nationale et co-responsable de VOILAT



Nous vous donnons rendez-vous en décembre 2022 pour découvrir, lors d'une émission digitale, un guide de la Collection Carrément qui sera élaboré avec des signataires de la Charte d'Engagement LGBT+, afin d'apporter des recommandations et pistes de travail pour favoriser l'émergence de lesbiennes au travail.

« Marqueur d'une politique volontariste pour un employeur, la place des femmes dans une organisation se heurte, pour les femmes lesbiennes et bisexuelles, à des freins culturels, structurels et conjoncturels. Il y a nécessité à croiser les engagements et les actions pour lever ces freins » précise Catherine Tripon, porte-parole nationale et co-responsable du pôle Employeurs et de VOILAT



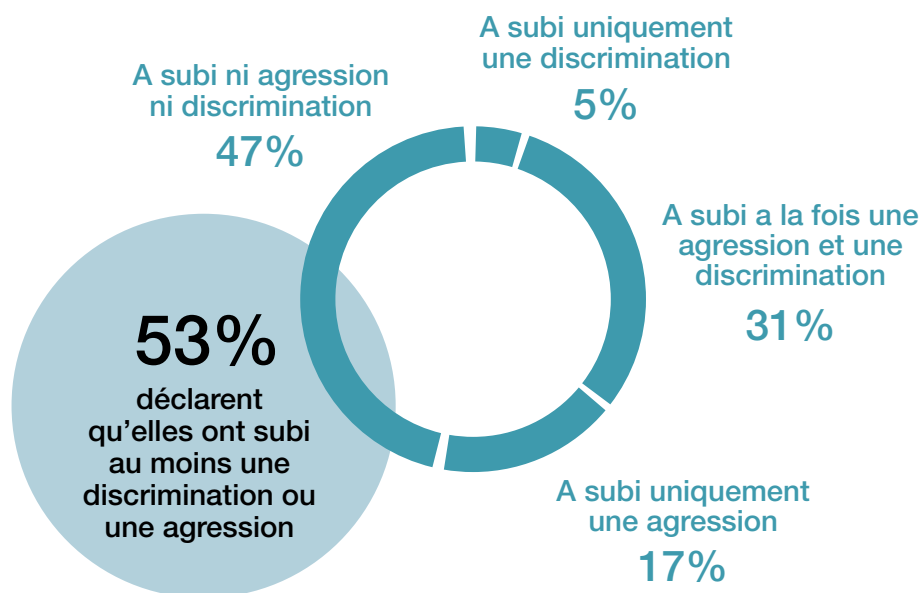
Chapitre 1

Étude Ifop x L'Autre Cercle

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1 402 femmes lesbiennes ou bisexuelles exerçant une activité professionnelle, extrait d'un échantillon représentatif de 2 431 femmes homosexuelles et bisexuelles âgées de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine. La représentativité de l'échantillon national représentatif national de 2 431 femmes lesbiennes et bisexuelles a été assurée par la méthode des quotas (âge, situation en matière d'emploi, catégorie socioprofessionnelle) après stratification géographique (région, catégorie d'agglomération). Les interviews ont été menés par questionnaire auto-administré en ligne du 9 novembre 2021 au 25 janvier 2022.

La lesbophobie au travail et ses conséquences

Au cours de votre vie professionnelle, avez-vous subi au moins une forme de discrimination ou d'agression ?

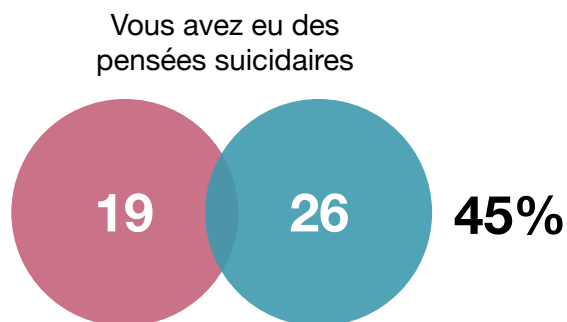
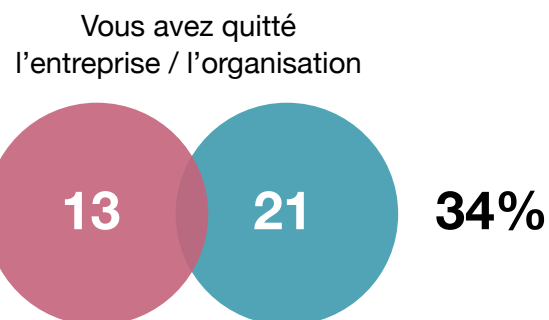




Par rapport à la moyenne :

- Secteurs masculinisés (57%, +4pts) et les transports (58%, +5pts)
- Secteurs de la santé (34%, -19pts)
- Ouvrières (59%, +6pts)
- Niveau d'étude inférieur au bac (70%, +7pts)
- Racisées (73%, +20pts).
- Femmes isolées professionnellement : artisanes/commerçantes (60%, +7pts), dirigeantes d'entreprises (68%, +15pts)

Impacts lourds

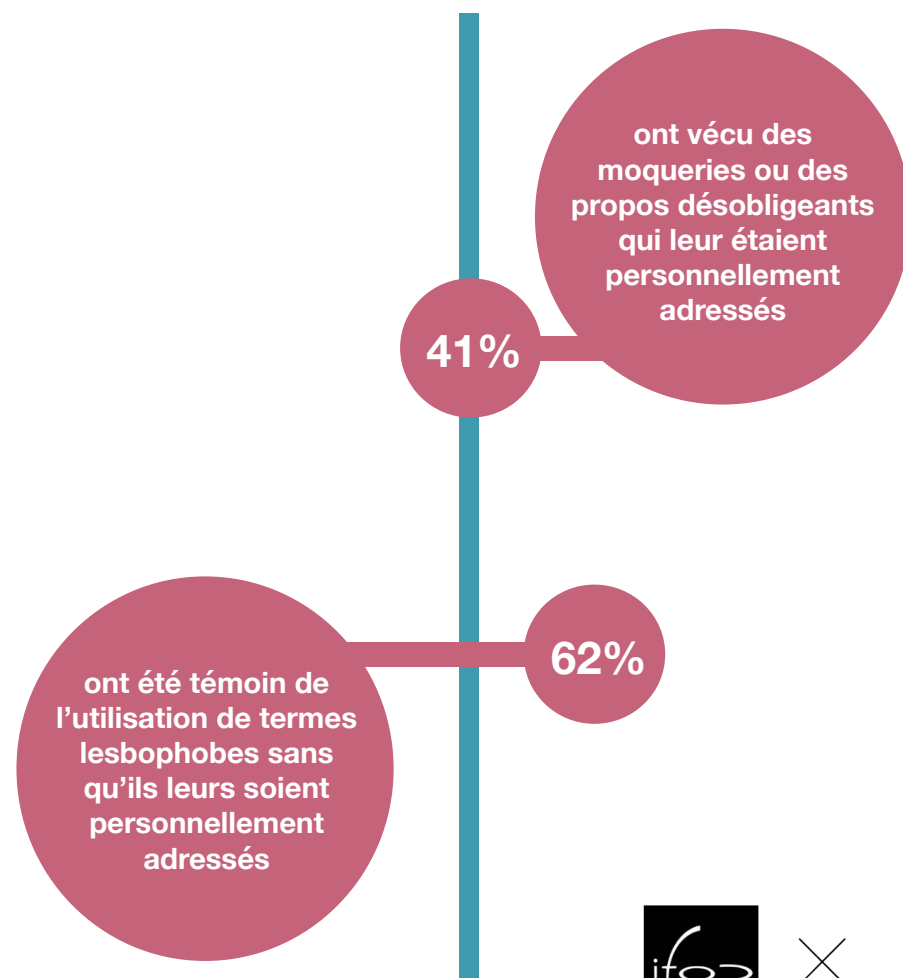
Ces agressions et discriminations ont un impact lourd sur la carrière et la santé des femmes concernées, au point que :



-  Oui, il y a plus de trois ans
-  Oui, au cours des trois dernières années

Lesbophobie d'ambiance

Une majorité de femmes lesbiennes ou bisexuelles fait également l'expérience d'une lesbophobie d'ambiance dans le cadre professionnel, peu propice à une visibilité sereine



Visibilité perfectible et charge émotionnelle

Actuellement votre orientation sexuelle est connue par...

de vos collègues ayant à peu près le même niveau que le vôtre

40

34

74



Oui, par toutes



Oui, mais pas toutes

vos supérieur.es hiérarchiques direct.es

33

28

61

Seul un tiers des femmes lesbiennes et bisexuelles est visible de l'intégralité de ses supérieurs. En creux, ces indicateurs permettent de prendre la mesure du chemin qui reste à parcourir pour que leur visibilité au travail ne soit plus un sujet.

Là encore, certains facteurs systémiques influent sur la visibilité au travail, les femmes sont moins visibles :

pour les bisexuelles du fait de facteurs « personnels » (65%, -13pts),

pour les plus âgées (63% des 60 ans et plus, -15pts),

pour les racisées (45%, -33pts)

pour celles n'ayant jamais été en couple (20%, -58pts)

D'autre part, des facteurs « structurels » qui voient les travailleuses des secteurs à dominante masculine être moins visibles :


Dans les transports (67%, -11pts)


Les travailleuses « isolées » comme les artisanes ou les commerçantes (38%, -40pts)

Les femmes travaillant dans des petites structures (69% dans les entreprises de moins de 10 salariés, -9pts)

Renoncements

La non-visibilité ne se limite pas à un « statut » mais se manifeste par une série d'expériences de renoncements ou de contre-vérités, qui ont un coût psychique et émotionnel certain.

Au cours des trois dernières années 

Il y a plus de 3 ans 

Proportion de femmes ayant déjà renoncé à :

33% prendre des congés pour un congé maternité/parentalité (ex : après l'accouchement de votre partenaire)



41% participer à un événement organisé par votre organisation où les conjoint-es des salarié-es étaient invité-es



38% indiquer le nom de votre conjointe sur votre mutuelle, votre plan d'épargne entreprise ou en tant que contact d'urgence



44% omettre volontairement de parler de vos activités «connotées LGBT+» (gaypride, événement ou soirée LGBT+...)



38% participer à un événement informel organisé par des collègues où les conjoint-es des salarié-es étaient invité-es



34% prendre des congés pour un PACS/mariage avec une femme

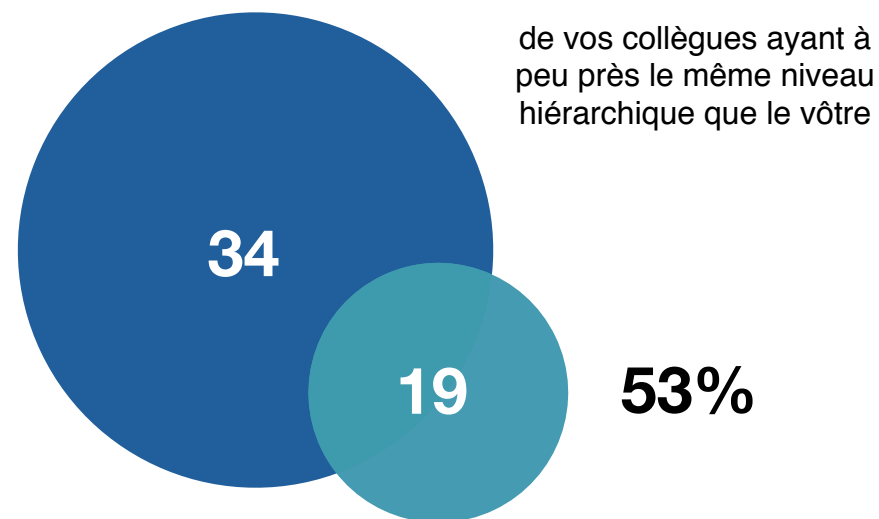
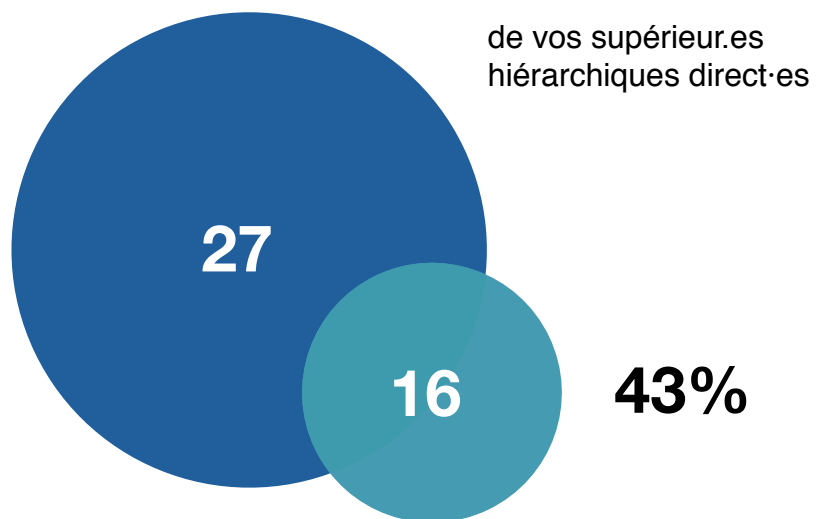


Quels leviers pour la visibilité des femmes lesbiennes et bisexuelles au travail ?

Cette non-visibilité dans le cadre professionnel est subie bien plus qu'elle n'est choisie. Ainsi, parmi les 32% de femmes lesbiennes et bisexuelles qui sont totalement non-visibles de leurs supérieures hiérarchiques direct-es, **43%** souhaiteraient l'être à l'avenir :

Oui mais pas prochainement ●
Oui prochainement ●

Dans les années à venir, avez-vous envie de faire connaître votre orientation sexuelle à l'ensemble...



Les leviers de la visibilité identifiés par les femmes lesbiennes et bisexuelles non-visibles reposent sur la visibilité de la présence d'autres personnes LGBT+ au travail.

Proportion de femmes pour qui chacun des éléments suivants serait de nature à les inciter à être visible

la présence de collègues lesbiennes ou bisexuelles visibles

61%

la garantie d'un environnement de travail favorable à l'expression de son homo/bisexualité

59%

la présence de collègues gays visibles

58%

la présence d'une figure inspirante lesbienne/bisexuelle visible au sein de l'organisation

52%

À propos de l'Ifop

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion depuis plus de 80 ans, l'Ifop a créé en son sein une expertise spécifique sur les questions liées au genre et aux diverses sexualités. Dirigé par François Kraus, son pôle genre, sexualités et santé sexuelle a développé le Rainbow'track, un outil unique d'observation des comportements des populations LGBT+ dans différents domaines de leur vie quotidienne (ex : santé, sexualité, parentalité, travail, loisirs,...). Destiné à répondre aux besoins des organisations à la recherche d'informations sur cette population pour laquelle les données sont rares et parcellaires, ce dispositif d'étude est le premier à offrir des données fiables issues d'un échantillon national représentatif de LGBT+.

Chapitre 2

Enquête L'Autre Cercle



Quand double-peine et tabous se mêlent

Au-delà de l'absence de données chiffrées, il manquait également des retours d'expériences et des notions plus qualitatives afin de mieux appréhender l'autocensure des lesbiennes, l'impact d'un environnement professionnel sexiste et toute autre données non collectables dans une enquête quantitative.

Méthodologie

Les constats qui suivent ont donc été révélés via une enquête qualitative réalisée par une quinzaine de bénévoles de L'Autre Cercle auprès de 88 femmes entre octobre et décembre 2021, en respectant le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) garantissant une totale anonymisation des interviewées. Les personnes interrogées étaient des volontaires, membres ou non-membres de L'Autre Cercle, d'âges et de profils divers.



Femme et lesbienne, la double peine



Toutes les enquêtes sur l'égalité femmes-hommes au travail le démontrent, les places qui sont accordées aux hommes et aux femmes dans le monde professionnel ne sont pas encore égalitaires et reposent sur une vision de la société très patriarcale.

Le sexisme apparaît comme la 1^{ère} source de discrimination en France pour les femmes interrogées. Ces risques de discrimination rendent encore plus difficile la visibilité et génèrent une auto-censure spontanée des femmes concernées.

Cette peur est renforcée par le fait que dans le monde du travail, qui reste encore un monde à prédominance masculine, beaucoup d'emplois de femmes sont précaires et moins bien rémunérés accentuant d'autant plus la crainte de se rendre visible et de **subir la double discrimination**.

Selon les interviewées, les propos sexistes sont encore considérés comme acceptables contrairement aux propos racistes.

Certaines femmes ne souhaitent pas ajouter une discrimination supplémentaire au simple fait d'être déjà une femme.



«Lesbienne», le mot tabou



Certaines rapportent qu'elles trouvent la France particulièrement sexiste car « il faut être désirable quand on est une femme en France », en particulier dans un environnement dominé par des hommes.

Pour réussir, elles doivent adopter des codes masculins. Cette notion rejoint l'image très caricaturale que la société a des lesbiennes. Par manque de Rôles Modèles, l'image des lesbiennes est figée sur deux stéréotypes majeurs.

Tout d'abord, la femme excessivement masculine et/ou indépendante qui n'aurait aucunement besoin des hommes voire aurait des problèmes avec la figure masculine, notamment dans la sphère familiale (père, frère, etc...).

D'autre part, une hypersexualisation de la lesbienne, l'associant à un fantasme sexuel masculin, selon lequel les « femmes n'auraient pas de sexualité réelle » en dehors d'un recours masculin. Une image largement véhiculée par l'industrie pornographique qui est directement reliée au terme « lesbienne ». Or, les femmes lesbiennes ne veulent pas être réduites à un fantasme ou un stéréotype. Il est plus simple de se fondre dans un environnement que d'être soi-même.

Il y a une peur d'être cataloguée comme la « lesbienne de service ». Si on se dit lesbienne, on peut être étiquetée en tant que lesbienne plutôt qu'en tant que professionnelle.

C'est un sentiment souvent partagé avec les hommes gay. Cependant, dans certains cas « être gay » peut apparaître comme positif, notamment dans le monde créatif par exemple, qui assoie une forme de légitimité. Or, ce « bénéfice » n'existe pas pour les lesbiennes, aucune situation ne permet de le valoriser dans l'imaginaire collectif. Elles ne bénéficient pas non plus des réseaux gays puissants associés car, de par leur éducation notamment, elles développent moins une stratégie de réseau et n'ont pas l'habitude de revendiquer et de demander.

Si les lesbiennes ne cochent pas la case des stéréotypes ancrés dans la société, les gens n'imaginent pas qu'elles puissent être lesbiennes. Pour beaucoup, il ne vient même pas à l'idée que telle ou telle femme avec qui ils travaillent puissent être lesbienne. Donc si elles veulent être visibles, cela leur impose un coming out quasi systématique. L'impact de la parentalité avec l'évolution de la loi sur la PMA (Procréation Médicalement Assistée) peut modifier également la visibilité des lesbiennes.

Conclusion



L'éducation reçue par les femmes dès le plus jeune âge impacte directement le comportement au travail. Les adolescentes ont encore trop tendance à être élevées différemment des garçons, dans la crainte du regard des autres, avec l'injonction de plaire, de ne pas décevoir et de ne pas se mettre en avant. Le sexisme encore ancré dans le monde professionnel ravive ce biais.

Rester cachée est ainsi une protection face au sexisme et face au cumul de discriminations qui pourrait survenir. Les lesbiennes opèrent un rélexe de repli sur soi pour passer sous les radars.

Par ailleurs, les rôles modèles manquent. Il est difficile de se projeter et de se dire ouvertement lesbienne quand il n'y a pas de modèle, en particulier à de hauts niveaux hiérarchiques, économiques, politiques, ou célébrités.

Plus nous montons dans la hiérarchie, plus il semble délicat d'être out, par peur de mettre en danger sa crédibilité envers les personnes encadrées.

Plus les métiers sont précaires, moins les lesbiennes osent être elles-mêmes.

Cependant, **selon les classes d'âge** la visibilité diffère. Les plus jeunes ont tendance à moins se cacher que la génération des aînées qui travaillent encore.

Tout l'enjeu va être d'**inverser ces tendances.** Le guide de L'Autre Cercle apportera des réponses et des recommandations pour les employeurs.



À propos de L'Autre Cercle

Association créée en 1997, L'Autre Cercle est l'acteur français de référence pour l'inclusion des personnes LGBT+ au travail. Ses valeurs sont le respect, l'humanisme, l'indépendance, l'engagement et le pragmatisme. Elle œuvre pour un monde professionnel épanouissant, inclusif et respectueux des personnes dans toutes leurs diversités, quelle que soit leur orientation sexuelle ou identité de genre. Outre sa vocation d'observatoire, ses missions sont d'accompagner les organisations et de promouvoir les bonnes pratiques. L'Autre Cercle fédère plus de 180 organisations publiques et privées signataires de la Charte d'Engagement LGBT+ réunissant près de 2 millions de salarié·es et agent·es.

Contacts Presse

Isabelle Laville

Attachée de Presse, Agence Réplique
ilaville@replique-com.com
06 25 47 18 03

 @RepliqueRP

Catherine Tripon

Porte Parole, L'Autre Cercle
catherine.tripon@autretercerle.org
06 80 28 44 67

 @cath_tripon



25 ANS
1997-2022

Les membres du projet VOILAT

Aurore Foursy

Vice-Présidente IDF

Annabelle Guiraud

Co-Responsable du Pôle Observatoire

Julien Hamy

Porte-Parole IDF

Sylvie Meisel

Co-Responsable du Projet VOILAT

Héloïse de Nantes

Bénévole

Catherine Tripon

Porte-Parole Nationale
Co-Responsable du Projet VOILAT

Nos partenaires



La Dilcrah est chargée de concevoir, de coordonner et d'animer la politique de l'Etat en matière de lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti-LGBT. La Dilcrah exerce un rôle de conseil et d'animation auprès des ministères, notamment en matière d'éducation, de police et de justice mais aussi de culture, de politique de la ville, de numérique, d'outre-mer, etc. Elle a coordonné l'élaboration du Plan national de lutte contre le racisme et l'antisémitisme 2018-2020 et du Plan national d'actions pour l'égalité, contre la haine et les discriminations anti-LGBT+ 2020-2023.



Accenture est un des leaders mondiaux des services aux entreprises et administrations, avec une expertise de pointe dans les domaines du numérique, du cloud et de la sécurité. Combinant une expérience unique et une expertise spécialisée dans plus de 40 secteurs d'activité, Accenture s'appuie sur le plus grand réseau international de centres de technologie avancée et d'opérations intelligentes pour offrir à ses clients des services Strategy & Consulting, Interactive, Technology et Operations.



Sopra Steria, l'un des leaders européens de la Tech reconnu pour ses activités de conseil, de services numériques et d'édition de logiciels, aide ses clients à mener leur transformation digitale et à obtenir des bénéfices concrets et durables. Il apporte une réponse globale aux enjeux de compétitivité des grandes entreprises et organisations. Fort de 47 000 collaborateurs dans près de 30 pays, le Groupe place l'humain au centre de son action pour construire un avenir positif.