



Etude réalisée par Madame Marie-Noëlle Lopez, Newbridges

Etude sur les politiques mises en œuvre par quelques entreprises françaises pour la prise en compte des violences domestiques dont sont victimes leurs salarié.e.s

Résumé

Les frontières de l'entreprise sont poreuses. Le.la salarié.e ne laisse pas ses problèmes à la porte de celle-ci. Cette porosité est actée quand les entreprises, du moins les plus grandes, proposent des services de soutien aux salarié.es confronté.e.s à une situation financière et personnelle difficile. Parmi ces situations, les violences conjugales ont pu recevoir un traitement différencié, associées indûment qu'elles étaient à des problèmes relevant exclusivement de la sphère intime.

L'entreprise est également traversée par les évolutions sociétales. La diffusion plus générale dans la société de la conscience de la prévalence et de la nature propre des violences sexistes et sexuelles, et, à l'intérieur de celles-ci, des violences conjugales, a aussi entraîné des répercussions dans le monde du travail. Certaines entreprises se sont emparées de ce sujet, passé de l'intime au fait social, en même temps qu'elles s'attaquaient aux violences sexistes et sexuelles.

Puis la pandémie de Covid-19 et les confinements ont conduit certaines à entamer une démarche ou à accélérer leurs actions vis-à-vis des violences conjugales. Si bien que la poignée d'entreprises pionnières a vu ses rangs gonfler : elles sont un peu plus nombreuses aujourd'hui à penser leur rôle et des actions possibles.

Cette étude fait un premier état des lieux des pratiques dans des 17 grands groupes et un groupe de taille moyenne. Elle propose une synthèse des différentes mesures mises en œuvre par les entreprises pour soutenir sur le lieu de travail les victimes de violences domestiques, ainsi que de leur degré de formalisation, de la logique poursuivie dans le cadre des politiques de ressources humaines, mais aussi de la façon dont le dialogue social ou la négociation collective investissent le sujet.

Elle montre qu'en s'emparant de la problématique, les entreprises développent une palette d'actions diversifiées qui visent à s'assurer que le lieu de travail n'est pas un vecteur de fragilisation supplémentaire de la victime, voire représente un espace protégé où elle peut enclencher de premières démarches pour échapper à ces violences. Ces actions, toujours au vu de l'état des pratiques décrites par cette étude, vont de la sensibilisation des membres du personnel à la formation des personnes ressources (RH, managers, service social du travail, etc.) en passant par les bonnes attitudes à avoir, souvent en partenariat avec des associations spécialisées qui sont les mieux à même de s'assurer que les messages véhiculés sont justes. Par ce biais, elles contribuent aussi à créer un environnement assurant à la victime qu'elle sera entendue et aidée.

Aider la victime de violences conjugales pour les entreprises du panel, c'est aussi correctement identifier le soutien qu'elles peuvent apporter, qui commence par une orientation vers les bonnes structures, associations spécialisées et autres. C'est aussi, pour les plus grandes, faciliter/orchestrer la mobilisation de ressources qu'elles peuvent parfois avoir déjà mis en place pour d'autres situations qui touchent à la sphère personnelle (aides financières, logement, mobilité), le plus souvent via le service social qui est au premier rang, ou en instituer de nouvelles (temps libéré, congés).

Le sujet des violences conjugales fait son apparition dans les accords collectifs, en particulier ceux qui touchent à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Par ces accords, les entreprises formalisent leurs actions et prennent des engagements d'actions complémentaires.

Etude sur les politiques mises en œuvre par quelques entreprises françaises pour la prise en compte des violences domestiques dont sont victimes leurs salarié.e.s

Dans le contexte de la ratification en France de la Convention 190 sur le harcèlement et la violence au travail, le Bureau de Paris de l'OIT nous a demandé de mener une étude sur la prise en compte par les entreprises françaises des violences domestiques dont sont victimes leurs salarié.e.s.

L'article 10 f) de la Convention 190 demande en effet aux Etats qui l'auront ratifiée de « reconnaître les effets de la violence domestique et, dans la mesure où cela est raisonnable et pratiquement réalisable, atténuer son impact dans le monde du travail ».

Son Préambule justifie cette mesure par le fait que « la violence domestique peut se répercuter sur l'emploi, la productivité ainsi que sur la santé et la sécurité, et que les gouvernements, les organisations d'employeurs et de travailleurs et les institutions du marché du travail peuvent contribuer, dans le cadre d'autres mesures, à faire reconnaître les répercussions de la violence domestique, à y répondre et à y remédier. »

Le Bureau de Paris de l'OIT souhaitait donc plus précisément une synthèse des différentes mesures mises en œuvre par les entreprises pour soutenir les victimes de violences domestiques sur le lieu de travail, ainsi que leur degré de formalisation, leur logique dans le cadre des politiques de ressources humaines, la capacité des partenaires sociaux à l'inscrire dans le dialogue social et d'associer les représentants du personnel à la démarche.

Pour ce faire, nous avons mené des entretiens sur la période juillet-septembre 2022 avec des représentant.e.s de 18 entreprises, pour la très grande majorité de grande taille et multinationales. Nous avons essentiellement interrogé des personnes en charge de la diversité et de l'inclusion, parfois des personnes des relations sociales, ainsi que des responsables des services sociaux au travail ou des fondations d'entreprise.

Listes des entreprises étudiées :

Accor, Air France, Armatix, BNP Paribas, Carrefour, EDF, Engie, Kering, Korian, La Poste, Legrand, L'Oréal, Michelin, Orange, RATP, SNCF, Stellantis (France et Espagne).

Au sein du Medef, la responsables Egalité Femmes/Hommes ainsi que la Directrice Affaires sociales internationales et européennes, qui a personnellement participé à la négociation de la Convention 190, ont également été interviewées. Les confédérations syndicales sollicitées ont manifesté de l'intérêt pour l'étude, mais n'ont pas participé aux entretiens.

Nous nous sommes intéressés principalement à des grands groupes qui sont engagés sur le sujet, ce qui laisse non explorée ici la question de la capacité des plus petites entreprises à développer des modalités d'aide et d'accompagnement des victimes sans soutien des pouvoirs publics ou sans le parrainage des grandes entreprises avec lesquelles elles collaborent.

Cette étude n'évoque pas non plus le rôle que peuvent avoir les entreprises dans l'insertion/la réinsertion des femmes victimes de violences conjugales (voir toutefois l'encadré sur Stellantis Espagne plus bas). Ces actions peuvent également s'inscrire dans des politiques d'achat¹.

Cette étude s'inscrivant dans le cadre de la Convention 190, nous reprenons le vocabulaire de violences domestiques même si c'est celui de violences intra-familiales qui se développe aujourd'hui.

Ces politiques d'entreprise visent les violences domestiques sans égard au genre de la victime, ni à son orientation sexuelle. Les chiffres sur les hommes qui en sont victimes varient beaucoup d'une estimation à l'autre. Taboues dans le tabou, ces violences justifient aussi qu'on visibilise ce phénomène pour sortir les victimes de l'isolement. Nous avons toutefois fait le choix de favoriser la féminisation des adjectifs lorsque nous parlons d'elles car cela reflète une réalité : en 2021, sur les 143 personnes décédées, 122 étaient des femmes et 86% des auteurs étaient des hommes (Etude nationale sur les morts violentes au sein du couple en 2021) en confirmant bien le caractère de violence sexiste et sexuelle. Ces chiffres témoignent d'une hausse de 20% par rapport à 2020.

C'est d'ailleurs bien dans cette perspective de lutte contre les violences sexistes et sexuelles que les entreprises étudiées inscrivent le plus souvent leur action.

¹ A titre d'exemple, L'Oréal s'engage aussi auprès de ses fournisseurs dans le cadre du programme Solidarity Sourcing qui est une initiative d'achats solidaires et inclusifs lancée en 2010 par le groupe. Chaque année, les équipes achats, ouvrent des appels d'offres du groupe aux entreprises qui emploient des personnes issues de communautés en situation de vulnérabilité afin de leur permettre de bénéficier d'un accès à l'emploi et un revenu durable, dont des survivantes de violences conjugales.

Table des matières

I-	Un phénomène extérieur à l'entreprise ?	6
II-	Une prise de conscience progressive de leur rôle par les entreprises	7
III-	Ce que font les entreprises aujourd'hui	9
a)	Jusqu'où peut aller l'entreprise ?	9
b)	Les motivations et le cadre de politiques au soutien de la lutte contre les violences domestiques	10
c)	Un sujet pour des politiques mondiales	13
d)	Le répertoire des actions	15
IV-	La part du dialogue social et de la négociation collective	24
a)	Un objet de dialogue social	24
b)	De plus en plus un sujet de négociation collective	24
c)	Agir au niveau de la branche pour permettre le changement d'échelle	26

I- Un phénomène extérieur à l'entreprise ?

« C'est un sujet qui a franchi les portes de l'entreprise depuis longtemps ». Avec ces mots ou d'autres similaires, les personnes interviewées pointent une réalité vécue dans le monde du travail. Bien que relevant de la sphère privée, les violences conjugales impactent l'entreprise à bien des égards, via les conséquences sur la victime comme sur son entourage professionnel. Les entreprises sont non seulement confrontées à ces situations, mais doivent à un moment les « gérer de fait », à la demande d'un manager, de collègues et le plus souvent des services sociaux qui, en interface avec d'autres services (RH notamment), vont mobiliser les ressources que l'entreprise peut offrir.

En d'autres termes, les entreprises sont depuis longtemps actives sur le sujet de manière avant tout pragmatique et sans avoir complètement outillé et instrumenté leur action.

Si certaines entreprises étaient en pointe sur le développement de dispositifs particuliers, comme Kering, via sa Fondation, ce n'est que récemment qu'on constate une augmentation du nombre de celles qui s'engagent sur le sujet. S'engager c'est d'abord encourager la parole en créant un climat propice et être en mesure de répondre à une demande d'aide quand elle est exprimée.

De l'engagement à la formalisation d'une politique, le pas a été franchi par certaines.

Dans le monde des plus petites entreprises, la volonté d'aider peut-être neutralisée par la peur de mal faire, soulevant alors la question du besoin des entreprises d'être un peu mieux guidées sur comment elles peuvent agir.

Une méthodologie pour les entreprises développée par la Fédération nationale des Centres d'Information sur les Droits des Femmes et des Familles et l'association FIT Une Femme Un Toit

La Fédération nationale des CIDFF (ces centres exercent une mission d'intérêt générale, confiée par l'État, pour favoriser l'accès aux droits des femmes et leur insertion socio-économique) et l'association FIT Une Femme Un Toit ont développé une méthodologie à destination des entreprises. Trois niveaux d'engagement sont proposés - entreprise sensibilisée, entreprise partenaire et entreprise engagée - allant de la conférence de sensibilisation, à une relation partenariale avec la formation d'un.e référent.e dans l'entreprise jusqu'à la mise en œuvre de pratiques RH et sociales pour les victimes. La méthodologie a été enrichie après avoir été expérimentée sur différents territoires dans des entreprises de petite et moyenne taille. Elle permet d'accompagner les entreprises souhaitant s'engager auprès de leurs salariées victimes de violences dans le couple, en veillant à ce que l'entreprise peut et ne peut pas faire et à la complexité que l'emprise des violences génère sur les victimes. La présence des CIDFF sur tout le territoire devrait permettre d'irriguer le tissu des petites et moyennes entreprises.

II- Une prise de conscience progressive de leur rôle par les entreprises

Sans s'inscrire dans un mouvement massif, les grandes entreprises sont en effet de plus en plus nombreuses à rejoindre les sociétés pionnières en la matière (PSA aujourd'hui Stellantis, Kering par exemple). L'intégration du rôle que peuvent jouer les entreprises par une meilleure prise en compte de l'impact des violences conjugales sur le lieu de travail et une mobilisation plus systématique des moyens pour en atténuer les effets se sont développées en écho à des évolutions sociétales intervenues ces dernières années.

Si on regarde la période récente, le projet [Carve](#) « CARVE - Companies Against Gender Violence » posait en 2015 la question du rôle de l'entreprise par rapport aux violences faites aux femmes et a débouché sur une première sensibilisation des entreprises au rôle qu'elles peuvent jouer dans le soutien des victimes de violences conjugales.

En parallèle, à l'échelle planétaire, le mouvement #MeToo a fait prendre conscience de l'étendue des violences faites aux femmes, pointant ainsi la nécessité de permettre à cette parole de s'exprimer pour lutter contre le phénomène. #MeToo a conduit à questionner les frontières entre les violences et à penser une continuité entre elles : entre le harcèlement de rue et les violences sexuelles, les violences dans l'espace public et les violences conjugales, les violences à l'intérieur et à l'extérieur de la sphère professionnelle. Ses effets ont été largement ressentis dans le monde de l'entreprise, le conduisant à s'interroger sur les conséquences à tirer de ce mouvement sociétal, aiguillonné aussi par le développement d'un arsenal législatif répondant lui-même à cette nouvelle conscience. C'est ce qui explique que le sujet des violences domestiques soit souvent abordé dans le cadre des politiques de prévention contre les violences sexuelles et sexistes. Et de fait, selon plusieurs personnes interviewées, une fois qu'on s'attaque aux violences sexistes et sexuelles, le sujet des violences domestiques - manifestation d'une forme de violences faites aux femmes qui sont en très grande majorité les victimes - vient assez naturellement.

La création du réseau d'entreprises OneInThreeWomen en 2018 (dans le prolongement du projet CEASE - Involve companies to CEASE gender-based violence) marque une étape supplémentaire dans l'engagement des entreprises. Co-fondé par la Fondation Kering qui était déjà mobilisée sur le sujet des violences conjugales depuis 2009 et de la Fondation Agir contre l'Exclusion (FACE), puis rejoint par L'Oréal, Korian, BNP Paribas - suivies d'autres entreprises - ce réseau vise à sensibiliser et à outiller les entreprises, pour les aider à s'engager, en prenant conscience du rôle qu'elles peuvent jouer.

En 2019, le réseau a soutenu la production d'une étude intitulée « [Comment les violences conjugales impactent-elles le monde du travail ?](#) » qui a aidé à rendre tangible le phénomène, non seulement en termes d'ampleur mais aussi de coûts pour l'entreprise. Cette étude, à laquelle ont répondu 6.639 salarié.e.s de six multinationales françaises (Kering, L'Oréal, Korian, BNP Paribas, Carrefour et OuiCare), a porté sur six pays européens (France, Belgique, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni).

Par ailleurs, le réseau a élaboré une Charte à travers laquelle les entreprises s'engagent à développer des politiques et/ou des outils permettant d'apporter une réponse aux salariées victimes, à promouvoir un environnement permettant d'accueillir cette parole, à faciliter l'accès aux associations spécialisées et à développer un réseau de parties prenantes diverses

(entreprises privées et publiques, associations, institutions publiques, syndicats) afin de travailler ensemble sur ce sujet².

Au niveau sociétal, la médiatisation et les communications gouvernementales autour du sujet des violences domestiques, notamment en France dans le cadre de la mobilisation et consultation nationale organisée par le gouvernement fin 2019³, ont contribué à lever un peu plus le tabou sur ces violences, rendant plus facile aussi probablement le fait d'en parler dans le monde du travail.

Les discussions autour de la future Convention 190 de l'OIT sur la violence et le harcèlement au travail ont conduit plusieurs entreprises (L'Oréal, BNP Paribas, BBDO France, Sodexo, Kering) à publier une tribune dans le journal *Le Monde* (13 mai 2019⁴) aux côtés de l'association CARE. Ces cinq entreprises ont appelé les Etats, les représentants des entreprises et les syndicats à prendre de réels engagements pour faire du travail un lieu sûr pour les femmes. « Cette convention doit inclure le travail dans l'économie formelle ou informelle, dans l'espace public ou l'espace privé pour le travail à domicile ou les travailleuses domestiques. Cette convention doit également reconnaître les conséquences que peut avoir la violence subie dans la sphère conjugale sur le monde du travail » écrivent les auteurs.

Côté syndical, depuis le début des négociations, les organisations françaises ont agi auprès du gouvernement au sujet de son adoption et restent mobilisées aujourd'hui pour sa ratification par la France.

L'augmentation des violences domestiques lors des périodes de confinement en 2020 et 2021 est un autre fait générateur ou accélérateur de l'engagement. En décembre 2020, la Fédération Nationale des Centres d'Information sur les Droits des Femmes et des Familles (FNCIDFF) a diffusé dans son réseau un « guide repère » à destination des entreprises intitulé « Violences au sein du couple, on en parle au travail ? » qui fournit des indications aux entreprises sur leur rôle et ce qu'elles peuvent faire. Alertés par leurs services sociaux et, pour celles qui n'avaient pas ces remontées en direct, par les campagnes publiques, les entreprises ont volontiers relayé les informations sur les plateformes d'écoute et développé ou intensifié les campagnes de communication, faisant entrer ainsi le sujet de manière permanente dans l'entreprise, du moins dans une partie d'entre elles.

En août 2022, plusieurs représentant.e.s d'entreprises, d'association et d'expert.e.s ont publié [une tribune](#) appelant les employeurs à intégrer la question des violences conjugales dans les enjeux d'égalité professionnelle.

² Dans ces entreprises notamment, les engagements ont été pris au plus haut niveau par les Directeur.trice.s Général.e.s

³ Dans le cadre du « Grenelle sur les violences conjugales » un ensemble de tables rondes ont été organisées par le gouvernement français entre le 3 septembre et le 25 novembre 2019. Elles avaient pour objectif de réunir des personnes concernées par les problématiques liées aux violences conjugales, afin de déterminer des mesures à prendre pour les combattre.

⁴ Lien vers la Tribune [ici](#)

Un sujet sur lequel les entreprises espagnoles sont impliquées depuis longtemps

La loi espagnole portant « Mesures de protection intégrale contre les violences de genre » votée en 2004 a créé également des droits en faveur des victimes salariées : droit à une réduction ou un aménagement de son temps de travail, droit au reclassement temporairement ou durable dans un autre site, droit à la suspension de son contrat de travail, etc. Avec cette loi, et les autres mesures développées en complément, le gouvernement espagnol a voulu faire des entreprises des actrices du changement.

Cet appel a trouvé immédiatement un écho chez PSA Peugeot Citroën Espagne (aujourd'hui Stellantis), car il entrait en résonance avec les engagements RSE du groupe qui s'était engagé dans une politique en faveur de l'égalité professionnelle déjà très en pointe. C'est pourquoi dès 2005, PSA Espagne a signé un accord collectif, à l'unanimité des organisations syndicales, qui facilite l'exercice des droits à aménagement du temps de travail au regard de l'organisation du travail propre à l'entreprise en permettant notamment de choisir son équipe de travail, et prévoit des dispositions supplémentaires telles que la possibilité de choisir ses congés, une autorisation d'absence rémunérée de 16h par an et des aides financières en cas de mobilité, même provisoire, un complément salarial en cas d'incapacité de travail liée à la violence, la possibilité de solliciter un prêt personnel pour les salariées victimes, etc...

Cet engagement se prolonge au-delà de la stricte sphère de l'entreprise. En effet, PSA Peugeot Citroën Espagne a été la première entreprise du secteur automobile à signer une convention de collaboration sur la sensibilisation et l'insertion professionnelle des victimes, engagement signé à l'époque avec le ministère de la Santé, des Services sociaux et de l'Égalité (aujourd'hui ministère de l'Égalité), et ce faisant à intégrer le « Réseau des entreprises pour une société libérée des violences de genre » animé par ce même ministère. Ce réseau, auquel participent aujourd'hui 83 entreprises, œuvre à améliorer l'insertion professionnelle des victimes. Dans cette convention, le constructeur s'engage, par ailleurs, à relayer les campagnes publiques de sensibilisation et à mener des actions d'insertion des personnes victimes en diffusant dans le réseau des offres d'emplois, avec si nécessaire des horaires aménagés, et en fournissant l'accompagnement et la formation nécessaires à une bonne intégration. D'autres conventions avec des entités du secteur associatif ont également été conclues, notamment avec l'association « Juntos contra la Violencia Doméstica », Cruz Roja et Fundación Integra, qui aident matériellement les victimes et leurs enfants dans leur quotidien et les forment en vue de leur réinsertion.

III- Ce que font les entreprises aujourd'hui

a) Jusqu'où peut aller l'entreprise ?

Si l'entreprise est de plus en plus légitime à intervenir, la question préalable demeure de savoir jusqu'où elle peut aller ; car poser la question de l'action par l'entreprise sur un sujet qui touche à la sphère privée des salarié.e.s pose en filigrane la question de ses limites.

« Entreprise moment de répit », « moment où la femme n'est pas victime », lorsque le lieu de travail devient le lieu le plus sûr pour la victime, il peut être le point de départ d'une sortie du cycle de la violence.

Le lieu de travail peut donc être un espace de parole, d'écoute et d'expression du besoin d'aide. Mais pour cela, la victime doit se sentir dans un environnement suffisamment sûr pour s'exprimer, ne pas craindre le jugement par exemple. Affirmer le message que les victimes peuvent s'exprimer, qu'elles bénéficieront d'une écoute bienveillante, d'une aide si elles le demandent est une première responsabilité que les entreprises peuvent prendre. Cet aspect montre l'importance des actions de sensibilisation et de formation, de l'engagement des entreprises dans cette cause, qui concourent à créer le climat de confiance et d'expression qui peut inciter les victimes à sortir du silence.

Soutenir la victime dans ses démarches pour sortir de cette violence démarre par l'orientation vers des associations spécialisées, mais peut aussi recouvrir d'autres mesures qui soutiendront la personne qui est prête à se séparer de son partenaire violent, voire à la protéger sur la durée le cas échéant. Mais aider n'est pas agir à la place de l'intéressée, les personnes interviewées sont toujours très claires.

Un autre objectif est « d'éviter la double peine », c'est à dire maintenir dans l'emploi la salariée pour éviter qu'elle ne se retrouve privée de moyens financiers et donc d'autonomie qui est la condition nécessaire pour qu'elle puisse échapper à la violence.

Pour certaines personnes interviewées, l'entreprise doit aussi être capable de détecter certains signaux faibles, manifestés par des salariées traversant ces difficultés.

Enfin, l'entreprise peut aussi vouloir aider les collègues ou managers confrontés à ces situations en prenant leur relais pour orienter et accompagner les victimes, en les sortant du sentiment d'impuissance qui peut les envahir, tout en les informant sur les maladresses à ne pas commettre.

b) Les motivations et le cadre de politiques au soutien de la lutte contre les violences domestiques

Une fois la réserve levée, reste à définir l'action. Si toutes ne ressentent pas le besoin de formaliser une politique, certaines entreprises perçoivent de plus en plus leur rôle et leur impact dans la communication et la mise en visibilité de ces violences, précisément comme il est écrit plus haut pour encourager la parole. Quand elle existe, cette politique ne prend pas toujours la forme d'un process. Elle permet surtout de structurer la communication, d'équiper le personnel et de diffuser l'information sur les ressources que l'entreprise peut mobiliser en soutien de la victime. Elle fait aussi parfois l'objet d'un suivi.

Si on regarde les ressorts de l'action, l'incitation à intervenir fait suite, dans certains cas, à un constat implacable : l'application de la statistique sur les violences dont sont victimes les femmes à une population salariée très fortement féminine. Selon l'OMS, une femme sur trois dans le monde est victime de violence physique ou sexuelle une fois dans sa vie. Lorsqu'on emploie 82% de femmes comme chez Korian, ou une majorité de femmes comme chez L'Oréal à travers le monde, Kering, Armatis, Carrefour ou encore La Poste et Air France dans certains métiers, etc., le volume des salariées potentiellement concernées incite à l'action.

Mais indépendamment de la proportion de la population féminine, les actions, plus ou moins formalisées des entreprises interviewées, s'inscrivent dans des politiques RH plus larges. La lutte contre les violences conjugales est un terrain d'action complémentaire des politiques

d'égalité professionnelle, qui s'impose assez naturellement dès lors que l'entreprise s'attaque à la catégorie spécifique des violences que sont les violences sexistes et sexuelles. De la lutte contre le sexisme ordinaire à la tolérance zéro contre toute forme de violence, harcèlement ou autre, les entreprises s'engagent aussi à rendre de moins en moins tolérables ces agissements dans les entreprises, et donc dans nos sociétés, en rendant les collaborateur.trice.s plus sensibles à toutes les formes de violence.

Chez Orange, la lutte contre les violences constitue l'un des cinq axes de la politique égalité professionnelle femmes-hommes du groupe, que ce soit au niveau mondial ou en France, avec une forte imbrication entre les thèmes des violences au travail et des violences conjugales, du fait de leur impact similaire sur les salarié.e.s concerné.e.s et sur le collectif de travail tout entier.

Engie place ses actions dans le contexte plus global de ses engagements en faveur de la mixité et prévoit d'impliquer également fortement son service en charge de la santé au travail (le Global Care), l'objectif étant que la victime cesse d'être exposée à la violence chez elle. Des actions de sensibilisation du personnel, de la filière RH et managériale devraient être déployées en 2023.

Chez Air France aussi, c'est la montée en puissance du sujet de la lutte contre les violences faites aux femmes et le sexisme ordinaire (qui fait l'objet aujourd'hui d'un e-learning rendu obligatoire pour les cadres et managers par le dernier accord égalité professionnelle) qui a ouvert la voie à l'appréhension plus spécifique du sujet des violences conjugales via la création d'un groupe de travail monté après le premier confinement et réunissant service social, RH et des personnes volontaires (auquel participe une représentante syndicale). Chez Accor également, c'est dans le cadre de la lutte contre les violences de genre que s'inscrivent les actions prises en matière de violences domestiques.

EDF s'est engagée dans une formalisation et une instrumentation très complète de sa politique. Même si c'est la direction Diversité et Inclusion qui pilote le sujet, il est traité à part pour bien montrer la différence de posture, de rôle et de responsabilité par rapport au thème de la violence au travail de manière générale. Cette Direction Groupe assure un pilotage centralisé, en assurant un service de conseil, de soutien et de réponse aux personnes ressources, notamment le service social du travail, étant amené, ce faisant, à traiter aussi de cas individuels. L'entreprise mobilise toutes ses ressources, et en particulier ses aides, sans exiger que la victime dépose plainte, intégrant qu'une minorité d'entre elles vont jusqu'à cette étape.

A la RATP, la démarche est portée par la Délégation générale à l'éthique et à la conformité, à laquelle est rattachée la Référente groupe sur le harcèlement sexuel et les agissements sexistes qui suit aussi le sujet des violences conjugales et dont les actions au sein de l'entreprise visant à faciliter l'expression et la parole sur les violences bénéficient aux victimes de violences conjugales.

Armatis, pour sa part, s'appuie sur ses engagements RSE, ainsi que sur sa politique de prévention des violences sexistes et sexuelles auxquelles sont toujours rattachés des développements propres aux violences conjugales. Cette politique sur les violences sexistes et sexuelles vise autant les actes commis sur le lieu de travail que dans la rue et au domicile, et a pour objectif de sensibiliser les collaborateur.trice.s à tous les phénomènes de violence afin de les rendre moins acceptables.

Legrand lie ses mesures à sa raison d'être qui est « Améliorer les vies », sa politique des droits humains, sa politique Diversité et Inclusion, sa charte des fondamentaux et son code de bonne conduite. Elles se retrouvent de manière opérationnelle dans sa feuille de route RSE.

Carrefour l'intègre dans le contexte plus large de sa politique d'Engagement qui doit autant se refléter dans des actions en externe qu'en interne.

L'engagement des entreprises dans ces politiques RH et RSE crée un climat propice à la parole qui bénéficie à toutes celles et ceux qui veulent témoigner ou se manifester auprès de leur employeur pour demander de l'aide.

De plus, l'inscription dans une politique RH/RSE existante permet de capitaliser sur des formations développées et d'y ajouter notamment des capsules sur les violences domestiques, de s'appuyer sur les réseaux existants (référénts, focus groups) ou encore sur des outils de communication ou des dispositifs.

Ainsi, Korian s'appuie sur son Women's club qui regroupe aujourd'hui les femmes dirigeantes de plusieurs pays et qui poursuit deux missions : favoriser le leadership et l'empowerment des femmes (au sens des Women's Empowerment Principles promus par l'ONU Femmes) et la prévention des luttes contre les violences intra-familiales. Ce réseau a pris en main ce sujet et assure aujourd'hui la définition et le suivi de la politique du groupe en la matière au niveau européen (v. infra). Le sponsor du réseau est la directrice générale de Korian, laquelle participe aux réunions plénières chaque année et s'engage personnellement sur le sujet.

La SNCF mobilise pour sa part son réseau SNCF Mixité (anciennement SNCF au Féminin) qui regroupe des salarié.e.s engagé.e.s sur les enjeux de l'égalité professionnelle. Les membres de ce réseau ont été formés sur le thème des violences conjugales et mènent des actions de sensibilisation.

De la même manière chez Legrand, le réseau mixité elle@legrand mène de nombreuses initiatives en faveur de l'égalité femmes-hommes et développe ses propres actions de formation/sensibilisation auprès des salariés, sur les thèmes du sexisme ordinaire et des violences faites aux femmes.

Ces actions s'inscrivent en cohérence avec d'autres actions menées par ailleurs par les Fondations de ces entreprises (Kering, Korian, Orange).

Les actions des entreprises en matière de violences conjugales ne se limitent pas aux salariées victimes. Par exemple, dès les premiers jours du confinement en 2020, les équipes Orange se sont mobilisées pour apporter, dans les plus brefs délais, une solution technique aux écoutantes du 3919 afin qu'elles puissent poursuivre leur activité à distance, depuis leur domicile. Orange a fourni des téléphones avec kit mains libres et casque avec micro, des ordinateurs, et a permis d'assurer le routage des appels au 3919 vers les numéros de smartphones des écoutantes à leur domicile. Accor a ouvert une plateforme de réservation de nuitées pour les personnes vulnérables pendant le confinement (v. infra). La Poste a déployé, en interne et en externe via les écrans présents dans les bureaux de poste qui étaient parmi les seuls lieux ouverts, la campagne de communication du Ministère relayant le numéro 3919. EDF et ENGIE ont diffusé les numéros d'urgence via les factures. Carrefour continue aujourd'hui d'éditer des tickets de réduction imprimés avec le numéro 3919. Le programme lancé par Yves Saint-Laurent Beauté (L'Oréal) en 2020 Aimer sans Abuser, s'attaque aux violences au sein du couple. La marque a lancé un outil de formation en ligne afin de fournir des ressources et un soutien à celles et ceux qui vivent une relation abusive ainsi qu'à celles et ceux qui veulent soutenir les victimes au sein de leur entourage. Plus de 100 000 jeunes ont été formés sur les relations abusives, et la marque s'est fixé un objectif de sensibiliser 2 millions de personnes d'ici 2030.

c) Un sujet pour des politiques mondiales

Pour les groupes internationaux, la question d'impulser des politiques/actions sur les violences conjugales dans les filiales à l'étranger, en conformité avec les engagements pris au plus haut niveau en France parfois, se pose d'autant plus facilement que le sujet est aujourd'hui abordé dans une convention internationale de l'OIT.

Kering, via sa Fondation pionnière en la matière, a très rapidement positionné son ambition à l'échelle supra nationale. Elle a progressivement étendu sa méthode (collaboration avec les associations, sensibilisation/ formation, etc.) à l'Italie, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis en nouant des partenariats avec des organisations locales spécialisées dans l'accompagnement des femmes victimes de violences conjugales, et travaille à développer des initiatives identiques au Mexique et en Chine. Dans le prolongement de cet engagement ancien, Kering a lancé en 2021 une politique mondiale sur les violences conjugales pour soutenir et accompagner tous ses collaborateurs et collaboratrices qui seraient victimes de violences conjugales et qui feraient le choix de parler de leur situation. Dans ce cadre, elle leur propose notamment des horaires de travail flexibles, un congé spécifique pour permettre aux victimes de violences conjugales de faire des démarches, de s'entretenir avec des associations spécialisées, des avocat.e.s ou des membres des services sociaux, ainsi que des mesures de sécurité sur le lieu de travail. La politique prévoit également la possibilité de proposer un changement de lieu de travail, une aide financière via une avance de salaire en fonction des besoins, des mesures de sécurité sur les lieux de travail, etc. Cette politique est déployée depuis le 1er janvier 2021, dans tous les pays où Kering est présent. Les équipes RH disposent d'un guide pour la mettre en œuvre localement.

Chez Korian, la politique est européenne, en lien avec l'empreinte géographique du groupe. C'est le Women's club (v. supra) qui est chargé de développer des instruments au niveau local. Ce déploiement est supervisé dans chaque pays par une dirigeante membre du Club et

une personne des équipes RH, avec des réunions de suivi très régulières (4 copils par an). Cette enceinte a organisé la campagne de sensibilisation menée dans les différents pays d'implantation du groupe le 25 novembre 2021, campagne qui doit être reconduite chaque année sur la base de messages et de visuels communs.

Avec son accord signé le 17 juillet 2019 avec UNI Global Union, Orange a également pris un engagement mondial en la matière. Cet accord mondial porte en effet sur trois domaines : l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, la lutte contre les discriminations et les violences, l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Dans un chapitre de l'accord spécifiquement consacré à la lutte contre les violences, l'opérateur de télécommunications « s'engage à proposer aux victimes qui en font la demande, des dispositifs d'accompagnement adaptés à la situation mais aussi à sensibiliser et former les salariés dans le monde à ce sujet (v. infra). » Cet accord fait l'objet d'un suivi dans le cadre des rencontres annuelles avec l'UNI ainsi qu'au sein des deux instances de dialogue social supra nationales que sont le Comité de Groupe européen et le Comité de Groupe monde. Par ailleurs, le Groupe Orange a intégré la Convention dans le texte de cet accord mondial.

Carrefour prend également appui sur son accord cadre mondial pour la promotion du dialogue social et de la diversité et pour le respect des droits fondamentaux au travail signé avec UNI Global Union, renouvelé en 2022, qui reprend en annexe une déclaration conjointe élaborée avec son comité européen (CICE) qui traite spécifiquement des violences faites aux femmes.

Avec son programme mondiale Share & Care, lancé en 2013 pour garantir à ses collaborateurs, partout dans le monde, une protection sociale de premier niveau, L'Oréal disposait d'un véhicule tout trouvé pour s'emparer du sujet des violences conjugales. Sa politique sur le sujet, lancée en 2021, en plus de la sensibilisation au sujet, liste les actions que les équipes locales peuvent entreprendre pour soutenir les victimes, en les adaptant à leur contexte local, grâce notamment à des jours de congés ou des aménagements du temps de travail, des aides financières et de la mobilité professionnelle ou des mesures de sécurité sur les lieux de travail. Cette politique doit être déployée dans les pays d'ici janvier 2023.

Pour piloter sa politique de prévention des violences sexistes et sexuelles, Armatix a mis en place un groupe de travail animé par le département RSE qui inclut en plus de deux RRH, des référentes sociales (les responsables des services sociaux au travail) et des responsables communication interne de deux pays différents importants pour le groupe (Portugal et Tunisie) afin de définir des actions réalistes et réalisables.

Au sein d'EDF ou de Kering, les actions de ces entreprises ont été partagées avec le comité d'entreprise européen afin que les représentants puissent aussi s'emparer du sujet au niveau local et solliciter le management.

BNP Paribas travaille également au déploiement de ses actions au sein de ses filiales dans les autres pays, certaines s'étant déjà emparées du sujet. Le groupe bancaire a également mis au point un espace intranet dédié intitulé « Violences conjugales et intrafamiliales : votre entreprise peut vous aider », bilingue et ouvert à l'ensemble de ses collaborateurs (en France et à l'international), pour rassembler toutes les ressources disponibles et indiquer les interlocuteurs (internes et externes) spécifiques dans les différents pays. Cette page intranet doit également permettre de diffuser et valoriser des témoignages anonymes provenant de salarié.e.s ayant été victimes, de managers ou de membres des équipes RH

ayant été confronté.e.s à ces situations, pour continuer à faire le lien entre ce sujet et le monde professionnel et expliquer comment l'entreprise peut aider, orienter, accompagner.

d) Le répertoire des actions

Ces actions débutent avec une affirmation, un engagement, parfois pris au plus haut niveau (DG dans certaines entreprises), d'en faire un sujet pour l'entreprise. Si la légitimité à se saisir du sujet n'est pas forcément acquise pour tout le monde, il n'en reste pas moins que les leviers d'intervention sont multiples et couvrent un spectre large. Les entreprises s'appuient sur des dispositifs/ressources qui sont plus ou moins formalisés ou communiqués sous forme de boîte à outils.

Nous présentons ici les différentes mesures mises en œuvre tout en insistant sur le fait que la majeure partie des entreprises interviewées sont des grands groupes qui disposent de ressources.

i. *Le partenariat avec les associations*

Qu'elles soient spécialisées dans l'écoute et le soutien psychologique, l'assistance juridique, le logement, etc., leur rôle est central dans la prise en charge des victimes. Fournir les coordonnées des bonnes associations présentes sur le territoire, voire orienter les victimes vers elles est une étape qui peut faire la différence dans un premier acte de soutien. Ceci suppose d'être capable d'apporter des renseignements et d'orienter vers les associations reconnues au niveau local, ce qui constitue souvent une limite pour les petites entreprises qui ont moins de ressources à consacrer à l'identification de ces associations.

Ces associations sont aussi de plus en plus des partenaires des entreprises. Elles interviennent très souvent dans les actions de sensibilisation ou de formation (FNSF chez L'Oréal, Carrefour, et Korian⁵) mais aussi pour les aider à élaborer les politiques et assurer le suivi des mesures. C'est le cas du partenariat EDF - Une Femme Un Toit⁶ qui a débouché sur un diagnostic mené en 2018 sur ce que faisait l'entreprise face à des situations de violences conjugales et qui a conduit à monter des groupes de travail mêlant représentantes de l'association, RH, représentant.e.s du personnels, représentant.e.s du médico-social et managers pour explorer quels pouvaient être les axes de progrès. Ce travail a débouché sur

⁵ Quand ces politiques sont déployées à l'international, les filiales nouent des partenariats avec des associations locales telles que The Center for Research on Women's issues (CRWI) « Diotima » en Grèce ou EOS-Centro ascolto donna en Italie pour les filiales de Legrand, Women's Aid au Royaume-Uni et D.i.Re en Italie pour Kering.

⁶ Cette association gère trois établissements d'accompagnement de jeunes femmes victimes de violences et conseille aussi les employeurs qui souhaitent s'engager auprès de leurs salariées victimes de violences conjugales ou intra-familiales.

la mise en place d'une boîte à outils qui fait l'objet d'un retour d'expérience annuel, avec l'association en question, pour voir si des améliorations étaient nécessaires.

Les relations entreprises/associations ne passent pas uniquement par des actions en interne, mais également par un soutien philanthropique plus classique, parfois via les Fondations d'entreprise.

ii- Service social et médical au travail et ligne d'écoute

Les services sociaux des entreprises sont en première ligne, comme ils le sont sur tous les sujets qui touchent à la vie privée du personnel. Porte d'entrée, tenus au secret professionnel, ils sont aussi ceux qui mobilisent les ressources mises à disposition par l'entreprise. Ce sont ces services qui ont alerté les DRH des groupes sur l'augmentation des violences lors du premier confinement, les poussant ainsi à démarrer ou intensifier leurs actions. La centralité de leur rôle est d'ailleurs soulignée et reconnue dans tous les accords sur l'égalité professionnelle qui abordent le sujet des violences conjugales.

Les entreprises historiquement dotées d'un service social au travail important et maillé territorialement (Air France, EDF, SNCF, RATP, La Poste, Orange, BNP Paribas, Legrand) peuvent s'appuyer sur lui pour accompagner individuellement les victimes, en lien avec les services de santé au travail. Le service social au travail oriente aussi vers les associations avec lesquelles il travaille régulièrement.

Ces services sont également des relais efficaces des actions de sensibilisation ou de formation, qu'ils font régulièrement, sur tous les territoires, au plus près des équipes.

Ils sont également très actifs dans l'affinement des dispositifs existants compte tenu de leur proximité avec les situations. A la SNCF par exemple, le service social intègre d'office l'impact sur la famille, en particulier les enfants, dans son approche globale en collaboration étroite avec ses CMPP (les centres médico-psycho-pédagogiques sont des services médico-sociaux assurant des consultations, des diagnostics et des soins ambulatoires pour des enfants et adolescents de 0 à 20 ans). Quand, en 2019, l'opérateur ferroviaire a fait le choix de s'engager plus fortement sur le sujet, il a développé des formations de mise à jour des connaissances pour que les équipes du service social se sentent plus confortables dans leur intervention. A EDF, pour avoir une photographie plus réelle, le service en charge de cette politique (Diversité et Inclusion) demande au service social de collecter des données plus fines sur le nombre de situations remontées, le nombre d'interventions et leur durée. Depuis le 1er janvier 2019, ce sont 456 victimes qui ont été prises en charge, soutenues et maintenues dans l'emploi, soit en moyenne une victime tous les trois jours.

A la RATP, le choix a été fait d'incarner/personnaliser l'aide que peut fournir l'entreprise en faisant figurer sur les brochures les noms et les coordonnées des deux personnes du service social du travail chargées de traiter des cas de violences conjugales, ainsi que ceux de la Référente groupe sur le harcèlement sexuel et les agissements sexistes. Sur ce sujet, c'est d'ailleurs elle qui assure la mise en relation avec tous les autres acteurs (médecine du travail, associations de soutien aux victimes, mais aussi avocats, police), bénéficiant dans sa tâche d'un puissant relais au plus haut niveau de l'entreprise, sa Délégation étant directement rattachée à la Présidence, de marges de manœuvre étendues. Elle assure aussi la continuité

du soutien dans la durée des cas individuels les plus délicats. Cette fonction de mise en relation avec les partenaires qui concourent à cette mobilisation peut, en fonction du choix du mode de saisine, être également joué par les assistants de service social qui peuvent s'appuyer sur le levier de leur présence sur les sites de travail.

Chez BNP Paribas, le service interne Accompagnement Social et Vie au Travail accompagne au quotidien l'ensemble des collaborateurs face à leurs problématiques personnelles comme professionnelles, sur l'ensemble du territoire. Positionné au sein de la fonction Ressources Humaines Groupe, mais présent en Ile de France tout comme en régions, ce département est au cœur du dispositif de lutte contre les violences conjugales et intrafamiliales. Il coordonne le travail collectif des différents acteurs internes (ligne RH, managers, collègues), oriente les victimes vers les associations locales et assure un suivi de la victime dans la durée.

Chez Korian, les assistantes sociales accompagnent et orientent les salariées qui ont besoin de conseils juridiques concernant les démarches à suivre, et les orientent dans la recherche de solution de relogement en cas de nécessité.

A défaut de service social important et très ancré territorialement, ou parfois en complément, ce sont les lignes d'écoute qui accueillent la parole et orientent les salariées vers le service social, vers des services de soutien psychologique, etc...

iii- Sensibiliser, informer et former

Afficher, rendre disponible l'information sur les plateformes existantes (le 3919 et les ressources internet d'information, voire les associations actives sur cette thématique) est un premier signe de l'engagement de l'entreprise et un premier acte concret. La pandémie et les confinements successifs ont montré combien la diffusion de ces informations était utile.

Au-delà de la mise à disposition de ces informations, les entreprises étudiées développent différentes actions de sensibilisation voire de formation, ce qui renvoie encore une fois à la question des moyens et réservant de fait ces actions à des entreprises d'une certaine taille. Due dans le cadre du réseau One in Three Women (v. ci-dessous), les entreprises mutualisent les formations, cette même approche pourrait être étendue à des PME, pourquoi par grâce aux branches (v. ci-dessous).

Ces actions s'adressent à tous les publics, même si le contenu peut parfois être plus ciblé (victime, personnes ressources, service social) et visent les mêmes objectifs : aider à la prise de conscience des différentes formes de violence et permettre à la victime de s'identifier comme victime, diffuser le message que sa parole peut être entendue dans l'entreprise, sensibiliser l'ensemble du personnel à ces violences pour que le/la collègue adopte la bonne attitude, fournir des informations aux victimes et à son environnement professionnel sur le soutien dont elle peut bénéficier et comment l'entreprise peut être une ressource.

L'auteur de violences salarié de l'entreprise commence à apparaître comme cible aussi de ces actions. Dans son tout dernier accord sur l'égalité professionnelle, Stellantis s'est engagé à travailler à « une sensibilisation complémentaire (...) avec l'aide d'associations expérimentées dans ce domaine, sur les mécanismes de la violence et sur la prise en charge d'auteurs de violences conjugales et familiales ». Dans sa politique mondiale sur le sujet,

L'Oréal prévoit aussi de regarder ce qui peut être fait en termes d'orientation de l'auteur de ces violences, salarié de l'entreprise, vers des associations et ressources extérieures.

Les campagnes de sensibilisation

Dans un contexte de saturation des communications internes de l'entreprise, les journées internationales, en particulier celle du 25 novembre consacrée à l'élimination des violences à l'égard des femmes, est l'occasion pour toutes les entreprises interrogées de mettre le sujet des violences conjugales en lumière pendant un jour, une semaine, un mois, et de lancer des campagnes d'envergure avec des événements dédiés qui ont plus d'impact car ils entrent en résonance avec d'autres actions de communication lancées par ailleurs.

Pour ne citer que quelques exemples, car toutes les entreprises du panel organisent des événements ou des campagnes sur le thème des violences domestiques pour sensibiliser et informer leur personnel :

- A la SNCF, une conférence de sensibilisation à destination des salariés comme des managers est organisée chaque année à l'occasion de la journée nationale de lutte contre les violences faites aux femmes.
- Chez Korian, la « campagne orange » qui a été menée le 25 novembre 2021 a été l'occasion d'organiser, y compris dans les établissements, des conférences avec les associations partenaires, de rappeler l'existence des e-learning co-construits avec le réseau OneInThreeWomen (v. infra) et de communiquer sur les nouvelles conventions de partenariat avec les associations. Cette campagne doit être rééditée tous les ans. La commande de masques de couleur orange pour tous les collaborateurs, au sein des établissements et des sièges, a permis de susciter la curiosité et la prise de parole, et contribuer ainsi à lever le tabou sur cette problématique et rechercher ensemble des solutions.
- L'Oréal aussi met en lumière chaque 25 novembre ses engagements et mène des actions de sensibilisation.
- Le rôle de relais des campagnes nationales et de sensibilisation au sein de l'entreprise est assumé par PSA (aujourd'hui Stellantis) depuis 2009. Les différents sites du constructeur organisent des animations / sensibilisation sur le sujet (campagne d'affichage, rappels des numéros d'urgence, réunions d'information, distribution de plaquettes, formation à destination des acteurs RH, diffusion de courts-métrages à visée préventive et pédagogique).
- Legrand aussi s'est appuyé sur le 25 novembre 2020 pour lancer sa première campagne de sensibilisation en 2020. Au siège du groupe, une exposition a été organisée avec le concours de la Préfecture de la Haute Vienne. Les filiales ont aussi été invitées à publier les numéros de téléphone d'urgence.

Les sessions d'information/formation

En plus de ces campagnes en connexion avec une journée internationale, les entreprises développent d'autres formats pour éveiller et sensibiliser le personnel au sujet des violences conjugales.

La Fondation Kering a mis en place dès 2011 une séance de trois heures à l'intention de ses collaborateurs en France, en partenariat avec la Fédération Nationale Solidarité

Femmes (FNSF)⁷ qui fournit des formatrices, avant de la décliner dans d'autres pays (v. supra) en partenariat avec des associations locales. Ces sessions ont pour but de déconstruire les stéréotypes sur les violences conjugales, d'en comprendre l'impact pour les femmes victimes et de contribuer à créer un environnement de travail bienveillant, ainsi qu'à apprendre comment soutenir une collègue victime. Initialement déployées auprès des équipes RH, représentants du personnel, et managers, ces formations sont ouvertes à l'ensemble des collaborateurs, équipes des boutiques comprises.

Ce sont ainsi plus de 200 collaborateur.trice.s par an qui assistent à des séances très souvent en présentiel et en petit comité (15 personnes) pour faciliter les prises de parole.

Pour la Fondation, la formation des Comex des différentes maisons de Kering est un autre levier et elle déploie aussi, toujours en partenariat avec les associations, des actions de formation particulières à ces instances.

Carrefour également propose également des sessions de sensibilisation réalisées avec la FNSF (3h en ligne) aux collaborateurs en RH et relations sociales. Plus de 200 personnes ont été formées à ce jour) et cette session devrait être élargie à d'autres publics l'année prochaine.

Chez Air France, la première campagne contre les violences faites aux femmes remonte à 2018 et c'est en 2021, qu'à la demande du service social, un webinaire dédié au sujet des violences conjugales à destination des managers et des RH a été organisé, premier acte d'une démarche de sensibilisation qui va s'inscrire dans la durée.

A la RATP, la réalisation d'un webinaire organisé par le service social au cours duquel le DRH Groupe et le médecin coordinateur du Service de prévention et de santé au travail sont intervenus, a permis de sensibiliser le management de proximité à l'écoute et de favoriser ainsi l'orientation vers les services internes mobilisés.

L'un des volets du partenariat avec l'association Une Femme un Toit (FIT) chez EDF a été l'organisation d'actions de sensibilisation des équipes et des actions de formation des personnes ressources que sont les RH, managers et équipes médicales et service social au travail, afin de mettre à jour leurs connaissances. C'est ainsi qu'a été organisée une première journée pluridisciplinaire, en 2020, réunissant représentants du personnel, managers, RH, médecins du travail et membres sur service social et que, depuis, une journée de ce type est organisée 8-9 fois par an.

Cette journée interdisciplinaire proposée avec l'appui de l'association FIT est une journée de formation professionnelle sur le sujet. Elle est d'ailleurs inscrite au catalogue de formations RH de l'entreprise à ce titre.

Toujours chez EDF, un e-learning de 30 mn a également été bâti. Il s'adresse à tous les salarié.e.s afin de les aider à comprendre pourquoi les violences conjugales sont un sujet pour l'entreprise et à expliquer ce que celle-ci fait, le rôle des partenariats associatifs. Ils contiennent aussi un témoignage de représentants du personnel valorisant la démarche. Pour les managers, ce e-learning est une brique d'un parcours sur l'égalité professionnelle qu'ils sont incités à suivre.

⁷ Association spécialisée dans la lutte contre les violences conjugales qui gère par ailleurs le numéro d'urgence 3919.

Armatix a bâti un e-learning sur les violences sexistes et sexuelles, qui aborde les violences conjugales. L'équipe en charge assure très précisément le suivi de cette formation et s'est fixé des objectifs d'apprenants.

Chez Orange, le e-learning sur l'égalité professionnelle, appelé « Visa égalité professionnelle », contient un chapitre sur la lutte contre les violences. Développé en 2018 en France, il a été adapté pour l'international dans différentes langues depuis 2021, en application de l'accord mondial sur l'égalité professionnelle (v. supra). En plus de montrer en quoi c'est un sujet pour l'entreprise sous la forme d'une courte animatique, il fait intervenir un expert local en vidéo et propose un quiz. Cette formation permet l'obtention d'un « visa » que le.la salarié.e peut afficher dans sa signature. Depuis sa mise en place mi-2021, le Visa égalité professionnelle, dans sa version internationale, a été suivi par plus de 16 000 salariés dans le monde (75 000 en France depuis 2018).

Accor a développé un e-learning de 50 minutes sur les violences de genre, qui contient un volet sur les violences domestiques. Ce module sera rendu obligatoire pour les directeurs et directrices d'hôtels à partir de janvier 2023. Il sera déployé à l'international courant 2023.



Le réseau OneInThreeWomen a développé un e-learning de 30 mn, disponible en plusieurs langues, que les entreprises membres poussent en interne en complément de leurs autres actions d'information/sensibilisation. Il aborde la prévalence des violences conjugales et leur impact sur le lieu de travail, ainsi que le soutien que les entreprises peuvent apporter aux victimes. De plus, des sessions de sensibilisation qui se déroulent plusieurs fois par an, montées en partenariat avec la FNSF, bénéficient également aux entreprises qui y envoient des personnes.

Les brochures pratiques

L'action de sensibilisation/information se poursuit aussi sous la forme de supports divers disponibles notamment dans les espaces RH de l'intranet qui sont très souvent consultés par les salarié.e.s .

Ainsi Korian diffuse un leaflet expliquant le rôle des assistantes sociales et les aides que les victimes peuvent recevoir des associations, ou encore contenant des informations à destination des managers, des représentants du personnel, ou d'un.e collègue sur la bonne attitude à adopter face à la parole d'une victime.

Carrefour a également élaboré des fiches réflexe différenciées (tout personnel, manager, etc.,) qui donnent des clés sur la façon agir de manière concrète et rappellent les ressources.

La SNCF a réalisé une fiche synthétique à l'intention des managers « Violences sexistes et sexuelles dans les relations de travail ou au sein de la famille – comment réagir, qui peut aider ? »

BNP Paribas, via son service Accompagnement Social et Vie au Travail, diffuse également un document synthétique « Violences familiales : Oser en parler, c'est agir », rappelant les différents interlocuteurs en interne et en externe.

EDF a aussi élaboré un flyer général, qui pose le sujet des différentes formes de violence conjugale et informe sur comment l'entreprise peut venir en soutien, ainsi qu'un flyer spécifique destiné au service social qui détaille la « boîte à outil » mise à disposition par le l'entreprise pour venir au soutien des victimes.

Korian a diffusé en 2021 à l'occasion de la « campagne orange » du 25 novembre un guide pratique à l'attention des managers et collaborateurs, afin de permettre de reconnaître les signes de la violence, visibles et moins visibles, donner des premiers conseils dans la façon d'appréhender la situation, communiquer sur les numéros d'appel (ligne d'écoute et assistantes sociales) et associations qu'il convient de contacter.

Chez Orange, un guide en français et en anglais a été mis à la disposition des salariés en France et en Europe. Intitulé « Harcèlement, sexisme et violences : comprendre et agir chez Orange », il contient un chapitre sur les violences domestiques qui en expose les différentes formes, fournit des informations sur les plateformes nationales dédiées quand elles existent et sur ce que l'entreprise peut faire en soutien des victimes. En France, Orange a également élaboré, en complément, un livret pour les victimes qui fournit des informations et des réponses aux questions que les salariés peuvent se poser. Par exemple, « Comment identifier si l'on est victime ? » « À qui peut-on s'adresser ? » et « Les solutions pour les victimes de violences conjugales ».

Stellantis travaille à un guide sur la « Prévention et lutte contre les violences conjugales », tout comme la Poste qui prépare la rédaction d'un guide sur les violences familiales pour soutenir les « postiers et postières victimes de violence et les aider à s'orienter dans leurs démarches personnelles ou professionnelles ». Dans ces deux cas, ces engagements ont été pris dans les accords sur l'égalité professionnelle renégociés récemment.

Armatis communique très régulièrement via son réseau social interne sur les ressources internes et externes, nationales et locales sur le sujet. Des formats affiches ont également été créés et déployés notamment dans les sanitaires, pour que la prise de connaissance du support puisse se faire en toute intimité.

iv. Temps de travail et congés

Lieu à l'écart des violences domestiques, et donc lieu sûr, l'entreprise peut aider en donnant du temps aux victimes pour effectuer des démarches (consulter un médecin, faire des démarches administratives, déposer plainte, rencontrer une association, etc.) qu'elles ne peuvent faire que quand elles échappent au contrôle du partenaire. Décaler ses horaires peut aussi être un moyen d'assurer sa sécurité. Redonner de la souplesse ou de la flexibilité est donc un soutien que les entreprises formalisent plus ou moins. Les politiques mondiales de Kering et L'Oréal prévoient cette possibilité tant d'aménagement des horaires que de jours de congés.

Le dernier accord sur l'égalité professionnelle chez Orange ouvre le droit à 5 jours d'autorisations d'absence fractionnables et rémunérés, celui de la SNCF 3 jours, celui de La

Poste octroie 3 jours de congé. EDF pour sa part, dans sa boîte à outil, évoque clairement le sujet de l'aménagement ou des changements d'horaires et de la possibilité d'avoir des absences rémunérées qui ne s'imputent pas sur les congés. Pas de plafond, ni de plancher, le tout est organisé dans le cadre d'un dialogue entre service social, RH et manager. Dans tous les cas, ces congés entrent dans une catégorie d'autorisation d'absence qui ne permet pas d'en identifier la cause. Chez Armatix aussi la référente sociale peut interférer pour libérer un emploi du temps et fournir des ressources (ordinateur, téléphone) à la victime pour procéder à ses démarches.

v. Mobilité

La mobilité peut être ponctuelle, et se mettre en place avec un changement de lieu de travail, du télétravail dans un autre lieu que le domicile, etc. La mobilité durable n'est pas le cas de figure le plus fréquent, car elle impose à la salariée de rompre avec son environnement en plus d'être une victime des agissements de son partenaires et, souvent, la présence d'enfants rend cette situation difficilement envisageable. Mais quand la situation l'impose, il est plus facile d'organiser une mobilité dans un groupe qui a une large implantation territoriale et d'autant plus quand ces entreprises disposent déjà de dispositifs de mobilité qui existent pour d'autres motifs et qui peuvent être mobilisés dans des circonstances de violences conjugales.

C'est le cas chez Orange avec son dispositif de mobilité solidaire, ainsi que chez L'Oréal. Chez EDF, cette mobilité fait l'objet d'un accompagnement prioritaire du/de la gestionnaire de carrière et la Direction Diversité et Inclusion du groupe vérifie que l'entité d'origine et la nouvelle structure qui accueille ne sont pas durablement pénalisées par cette mobilité.

vi. Logement

En règle générale, la question du logement est plutôt laissée aux associations pour l'hébergement d'urgence ou porte sur l'accompagnement dans les démarches administratives auprès d'Action Logement pour le relogement. Pour les entreprises qui disposent de logements, comme La Poste, la politique prévoit la possibilité de provisoirement être hébergée dans ses foyers postaux. Avec RATP Habitat, la RATP dispose d'un parc de logement qu'elle peut utiliser au besoin. EDF a fait le choix d'étoffer son dispositif en la matière en proposant des solutions d'hébergement pour faire la jonction jusqu'au relogement durable. L'entreprise utilise ses centres de vacances mais héberge également les victimes dans des hôtels (et dans des Airbnb pendant le confinement). A la SNCF, l'accès au logement pour les situations d'urgence est facilité via l'association PARME⁸ pour un hébergement temporaire et transitoire. Pour une solution pérenne, une priorisation maximum est faite auprès des bailleurs sociaux dès le dépôt de plainte.

Dans le contexte de confinement, face à l'augmentation des violences conjugales, Accor a permis à des personnes victimes de violences domestiques – dont celles employées par le groupe - d'être hébergées dans ses hôtels fermés à prix coûtant. Ce sont plus de 700 femmes

⁸ L'association PARME est un acteur de l'économie sociale et solidaire qui propose des logements temporaires et meublés à prix accessibles.

et leurs enfants qui ont pu bénéficier du dispositif. Pour prolonger cette action, le groupe hôtelier a lancé, en partenariat avec La Fondation des femmes une plateforme de réservation de chambres dans plus de 200 hôtels en France, dédiée à l'abri d'urgence afin de mettre en sécurité les femmes et les enfants victimes de violences.

vii. Soutien financier

Le Grenelle contre les violences conjugales a débouché sur un nouveau cas de déblocage anticipé du plan d'épargne entreprise pour les personnes victimes de violences domestiques. En plus de ce dispositif, des avances sur salaire ou de la monétisation du compte épargne-temps, les entreprises ajoutent d'autres types de soutien financier. Concernant ses aides financières, la situation et le besoin de la personne sont étudiés au cas par cas. Sur la base de cette évaluation, et de la demande du ou de la salarié-e, l'entreprise peut attribuer des aides financières remboursables et/ou non remboursables pour permettre de pallier le déséquilibre généré par la situation rencontrée.

Pour ne citer que quelques exemples, la Poste prévoit une enveloppe financière de 800 000€ par an pour les aides financières d'urgence qui peuvent aussi bénéficier aux victimes de violences. A la SNCF, le service social via son fond dédié, permet de répondre aux premiers besoins en délivrant des aides en moins de 24h (hébergement d'urgence, frais de garde etc.) Korian prévoit ainsi la possibilité de verser des aides financières d'urgence aux victimes de violences conjugales dans le cadre de son contrat de prévoyance avec Malakoff-Humanis.

Les œuvres sociales d'EDF peuvent également venir en aide financière aux victimes, notamment pour les frais de justice. Il est également prévu la possibilité d'une aide exceptionnelle au cas par cas, à la demande du service social, sous la supervision du service en charge de la politique (D&I) pour éviter que l'argent soit un frein pour partir.

viii. Sécurité, informatique et aides administratives

Au-delà des grandes catégories d'aides vues ci-dessus, les situations soulevées dans les entreprises ont aussi montré qu'elles pouvaient être sollicitées ou utiles sur de nombreux autres sujets : la modification rapide du compte sur lequel est versé le salaire, le changement du numéro de téléphone professionnel ou de l'adresse email, l'anonymisation dans les répertoires du personnel et autres mesures utiles quand l'auteur des violences est également salarié de l'entreprise, la mise à disposition provisoire d'une voiture du parc de l'entreprise, la préparation des équipes de sécurité sur les sites, l'organisation du co-piétonnage pour accompagner la victime sur son trajet retour, ou même les coffres forts électroniques mis à disposition du personnel et qui s'avèrent utiles lorsqu'il s'agit de récupérer facilement ses documents après son départ du domicile ou s'ils ont été confisqués par le partenaire violent.

IV- La part du dialogue social et de la négociation collective

a) Un objet de dialogue social

EDF a fait le choix d'impliquer ses partenaires sociaux dès la phase de diagnostic de ses ressources (v. supra), engagement qui avait été pris dans son accord sur l'égalité professionnelle de 2016. Des groupes de travail par sujet (mobilité, logement, système d'information, aides financières, temps et organisation de travail) ont été créés incluant des représentants du personnel, des RH, des représentants du médico-social et de l'association Une Femme Un Toit. Ils ont abouti à la boîte à outils et au e-learning présentés plus haut. Cette association des partenaires sociaux a permis à une adhésion plus rapide du management.

C'est à la demande des organisations syndicales que le chapitre relatif aux violences conjugales dans l'accord sur l'égalité professionnelle renégocié 2021 a été étoffé afin de valoriser ce que l'entreprise faisait auprès d'autres entreprises.

Korian a organisé une formation du CEE sur l'égalité professionnelle avec une moitié consacrée au sujet des violences faites aux femmes, et un focus sur la Convention de l'OIT n°190. Dans le cadre de cette réunion, les représentants ont émis l'idée de sensibiliser le plus grand nombre de personnes pour faire admettre le sujet comme une vraie problématique y compris auprès de leurs collègues soignantes. C'est de là qu'est partie l'idée de faire une vaste campagne de sensibilisation qui a été ensuite pilotée au sein du Women's Club avec la « campagne orange » (v. plus haut). Par ailleurs, la Déclaration conjointe sur la lutte contre l'absentéisme récemment adoptée par le comité contient un volet sur le sujet des violences conjugales

b) De plus en plus un sujet de négociation collective

En France, le thème des violences conjugales bénéficie d'un support de négociation à travers les accords sur l'égalité professionnelle. Ces accords permettent de rappeler l'engagement de l'entreprise sur sujet, de mettre en valeur ce qu'elle propose pour venir en soutien des victimes et contiennent des engagements de développer de nouveaux outils pour l'avenir.

Chez PSA, le sujet a fait son entrée dans l'accord égalité professionnelle en 2011 avec la reconnaissance déjà affirmée que « l'entreprise constitue un lieu privilégié pour sensibiliser la Société au problème des violences conjugales ». Renouvelé depuis, le constructeur automobile réitère à chaque fois son engagement comme dans la nouvelle version signée en mai 2022 dans laquelle l'entreprise s'engage notamment à renforcer ses dispositifs internes, à élaborer une brochure « Prévention et lutte contre les violences conjugales ».

Dès 2015, La Poste a intégré un volet sur les violences familiales dans son accord relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Un chapitre entier y est consacré. L'accord renouvelé en 2019 renforce l'accompagnement des victimes en créant un congé de trois jours pour les victimes de violences conjugales. Le dernier accord signé le 21 juillet 2022 prévoit l'organisation conjointe « d'un temps fort pour sensibiliser les managers, la filière RH et les postiers aux violences familiales » en plus de l'élaboration d'un guide sur le sujet.

Chez EDF, c'est l'engagement pris dans l'accord 2017-2020 qui a initié la démarche de diagnostic préalable à l'instrumentation de la politique contre les violences conjugales. L'accord couvrant la période 2021-2025 promeut le dispositif de soutien et de maintien dans l'emploi des victimes de violences conjugales développé par l'entreprise pour inspirer d'autres entreprises.

L'accord collectif de groupe égalité femmes-hommes signé chez Carrefour le 9 mars 2020, dans une section spécifiquement dédiée au sujet des violences conjugales, prévoit notamment l'élaboration de fiches de sensibilisation, lesquelles ont été développées (v. plus haut).

Au niveau mondial, l'enseigne est engagée dans un accord mondial avec Uni Global qui contient une annexe qui aborde spécifiquement des violences faites aux femmes et traite en particulier des violences domestiques (v. supra).

Dans son accord conclu en février 2022, Legrand précise les rôles des différentes parties prenantes dans la prévention des agissements sexistes, du harcèlement sexuel et des violences conjugales. L'entreprise décrit également le processus de signalement des cas. Elle s'engage également à organiser des actions de communication et de sensibilisation afin de permettre aux salariées de parler ouvertement du sujet tout en promouvant un environnement bienveillant pour tous les collaborateurs et collaboratrices victimes de violences. L'accord signé à la SNCF en novembre 2021 liste également les ressources et aides fournies par l'entreprise (3 jours d'autorisation d'absence, aides financières, attention particulière aux demandes d'aménagement d'horaires et de mobilité géographique).

Un des sept thèmes de l'accord sur l'égalité professionnelle signé chez Korian en 2021 porte sur la prévention des violences intra-familiales. Ce chapitre reprend les engagements de la Charte OneInThreeWomen, met en valeur le travail des assistantes sociales et prévoit des indicateurs de suivi du nombre de personnes accompagnées qui ont contacté le service social pour des problématiques de violences intrafamiliales, du nombre de managers ayant suivi la formation à distance par voie électronique portant sur la lutte contre les violences intrafamiliales, du nombre de situation déclarées au service social et le nombre de suivis.

Le 6^{ème} accord d'Orange SA sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et l'équilibre vie privée-vie professionnelle, signé en décembre 2021 pour la période 2022 -2024, a renforcé et ajouté des actions concrètes à celles déjà prévues dans les accords précédents (2018 et 2014), notamment les 5 jours d'autorisation spéciale d'absence pour effectuer des démarches.

Pour rappel, chez Orange, le sujet des violences domestiques est également abordé dans l'accord mondial sur l'égalité professionnelle signé en juillet 2019 avec UNI Global Union (v. supra) dont le suivi est assuré notamment par le Comité de Groupe européen et le Comité de Groupe Monde.

Chez BNP Paribas, l'accord Diversité & Inclusion de juillet 2020 contient un chapitre sur la prévention et la lutte contre toutes les formes de violence (du sexisme dit « ordinaire » aux violences conjugales) et prévoit notamment des actions de sensibilisation.

L'accord Air France du 2022-2024 prévoit également des actions de sensibilisation sur le sujet.

L'accord Michelin mentionne le partenariat avec le CIDFF noué en 2020 et l'accord Legrand de février 2022 prévoit des actions de communication et de sensibilisation pour encourager les victimes à s'exprimer.

c) Agir au niveau de la branche pour permettre le changement d'échelle

Très rapidement, Armatix, la plus petite des entreprises du panel, s'est posée la question du changement d'échelle, voyant les limites de son action et mesurant le coût pour une entreprise de s'engager dans des initiatives, ne serait-ce que d'information/sensibilisation. C'est pourquoi la DRH pousse une réflexion sur le sujet au niveau de la branche des prestataires de service dans le domaine du secteur tertiaire sur l'élaboration d'un e-learning de sensibilisation/information sur les violences domestiques. Pour le moment, les discussions sont menées au sein de l'organisation patronale, avec la contribution d'une association spécialisée dans l'aide aux victimes, et les syndicats du secteur sont au courant de cette démarche qui sera mise sur la table quand elle sera plus mûre. L'OPCO sera également sollicité le moment venu.

Au niveau de la branche des IEG, EDF partage ses pratiques au sein de l'Observatoire de l'égalité entre les femmes et les hommes et diffuse aussi ses outils auprès des 300 plus petites entreprises de la Branche Professionnelle des Industries Electriques et Gazières de communications aux autres entreprises.

Remerciements

Nous adressons un vif remerciement aux personnes qui ont accepté d'être interviewées pour cette étude.

Accor : Anne-Sophie Béraud

Air France : Sabine Bourdonnais

Armatis : Karine Branger, Thiphaine Trouessard

BNP Paribas : Charline Drosson

Carrefour : Eloise Chereau

EDF : Christine Blanc-Michelland, Yann Illiaquer

Engie : Rachel Compain

Fondation Kering : Céline Bonnaire, Carly Newman

La Poste : Laurence Hulin

Legrand : Jérôme du Bot, Hélène Tagliabue

L'Oréal : Stefano Ghisoni, Margaret Johnston-Clarke

Korian : Mathilde Tabary

Medef : Charlotte Perez, Anne Vauchez

Michelin : Charles Fiessinger

Orange : Eliane Bombrun, Marie-Dominique Leclère

RATP : Murielle Dubois, Frédéric Potier, Jocelyn Roger

SNCF : Marc Bourgain, Hoda Laborde-Casterot

Groupe Stellantis : Philippe Caylou

Stellantis Espagne : Daria Fernandez, Sonia Fernandez

Un grand merci également à la Fondation FACE, et en particulier à Oldine Cadart, Cheffe de projets Violences Faites aux Femmes, qui a facilité plusieurs entretiens.