

# Communiqué de presse

Paris, le 7 avril 2011



Selon une étude réalisée par IMS-Entreprendre pour la Cité et 3 laboratoires de Psychologie sociale\* auprès de 400 managers en France

## Les entreprises peuvent faire bouger les mentalités sur les personnes handicapées dans l'emploi

Pour la première fois en France, IMS-Entreprendre pour la Cité a mené, avec trois laboratoires de psychologie sociale\*, une étude pour identifier les stéréotypes de plus de 400 managers sur les personnes handicapées. Alstom, Areva, CNP Assurances et L'Oréal ont ouvert leurs portes à l'IMS pour mesurer scientifiquement ces stéréotypes et l'impact des actions menées par les entreprises pour les déconstruire.

Les résultats sont concluants : les entreprises peuvent faire bouger les stéréotypes sur les personnes handicapées dans l'emploi.

Une étude qui démontre le poids du management dans l'emploi des personnes handicapées.

Cette étude prouve que seul l'engagement proactif de l'entreprise en faveur d'une meilleure intégration des personnes handicapées permet de faire évoluer les stéréotypes sur le handicap. En apportant aux managers une réelle connaissance des personnes handicapées dans l'emploi et de leur situation (ils ne sont que 17% à connaître l'obligation légale de 6%) et en menant des actions de sensibilisation adaptées (au moins deux par manager), les stéréotypes des managers sont nettement positifs.

Ce programme se base sur la réalisation de diagnostics menés chez Alstom, Areva, CNP Assurances et L'Oréal. Ces diagnostics ont utilisé une nouvelle méthodologie construite à partir d'expérimentations menées en psychologie sociale.

**8 conclusions** se dégagent de l'étude (pour plus de détails, se reporter à la synthèse de l'étude page suivante ou au guide pratique « Les Stéréotypes sur les personnes handicapées – comprendre et agir dans l'entreprise », publié par l'IMS à l'occasion de la sortie de cette étude) :

- Les managers ont une perception caricaturale du handicap et des personnes handicapées.
- Les managers ont des stéréotypes ambivalents sur les personnes handicapées : elles sont « courageuses » mais « improductives ».
- Le handicap est globalement perçu de façon misérabiliste par les managers.
- Plus les managers sont diplômés, plus le stéréotype est fort.
- Plus les managers perçoivent l'engagement de l'entreprise et plus ils ont une image positive du handicap.
- Seul le contact professionnel influe sur le stéréotype.
- Plus les managers s'identifient aux personnes handicapées, plus leurs stéréotypes sont positifs.
- Les entreprises peuvent faire évoluer les stéréotypes sur les personnes handicapées, en utilisant les outils de sensibilisation adéquats.

\* Université de Picardie Jules Verne (Patrick Scharnitzky, Docteur en psychologie sociale), Université Catholique de Louvain (Ginette Herman, Présidente du CIRTES), Faculté de médecine de Namur (Michel Mercier, Directeur du département)

Contact presse : Sonia Plégat ☎ 01 70 64 46 80 / 06 66 37 51 52 ✉ [plegat@imsentreprendre.com](mailto:plegat@imsentreprendre.com)



## SYNTHESE DE L'ETUDE

- **Les managers ont une perception caricaturale du handicap et des personnes handicapées.**

Les managers ont une image faussée des personnes handicapées. **Ils surestiment le taux de personnes lourdement handicapées**, en évaluant par exemple à 12% le nombre de personnes handicapées en chaise roulante, alors que ce taux se situe à 2%.

Ils ne perçoivent pas la multiplicité des handicaps et ont une vision du handicap plus lourde et plus grave, soit plus difficile à gérer, qu'il l'est en réalité, puisque 80% des handicaps sont, dans les faits, invisibles. Ils surestiment ainsi le handicap sensoriel (auditif et visuel) et psychique, en donnant un taux de 27,5%, alors que le taux réel est de 16%. En revanche, ils sous-estiment les handicaps consécutifs à une maladie invalidante, en situant le taux à 7% alors qu'il est de 23% dans la réalité.

Les managers méconnaissent tout particulièrement la situation des personnes handicapées dans l'emploi. **Seuls 17% des managers interrogés savent que l'obligation légale d'embauche est de l'ordre de 6%**. Ils ne sont également que peu conscients du niveau de formation des personnes handicapées, estimant le taux de personnes handicapées ayant un niveau BAC+3 à 10% (soit un niveau identique à celui de la population en générale), alors que seul 1,8% des personnes handicapées atteignent ce niveau de formation. Pas conséquent, les managers ne perçoivent pas l'intérêt de mettre en place des actions spécifiques pour le recrutement de personnes handicapées. D'après les résultats, **les personnes dépressives sont les moins bien jugées dans la sphère professionnelle**. Selon les managers, elles poseraient des problèmes de communication dans les équipes de travail, auraient un rendement plus faible et ne seraient pas bien acceptées par leurs collègues. Ce résultat traduit un manque : l'entreprise gagnerait à parler explicitement du sujet, en couplant la dépression à une situation de handicap psychique qui nécessite un accompagnement spécifique.

- **Les managers ont des stéréotypes ambivalents sur les personnes handicapées : elles sont « courageuses » mais « improductives ».**

**Les managers interrogés jugent que les personnes handicapées sont courageuses (33% des évocations libres)** - on leur reconnaît de la volonté, de la détermination et de la chaleur humaine – **mais... surtout hors des murs de l'entreprise ! 24% des évocations libres renvoient** à leur fragilité, à leur inadaptation, à leur lenteur, soit à **leur incompétence**.

Autrement dit, les personnes handicapées génèrent, chez les managers, de l'empathie, mais **ces stéréotypes positifs portent sur une dimension affective, non reliée à l'emploi**. Les personnes handicapées sont donc perçues, dans le champ de l'entreprise, comme ralentissant l'activité, entravant la réalisation des objectifs imposés aux managers.

- **Le handicap est globalement perçu de façon misérabiliste par les managers.**

Lorsque l'on interroge les managers sur ce que leur évoque le handicap, près de la moitié (49%) des évocations données sont des termes qu'ils jugent négatifs (seuls 30% des termes associés au handicap sont positifs et 21% neutres).

Les personnes handicapées sont le plus souvent perçues comme des « victimes » de la Société, sous un angle affectif et misérabiliste. Soit très loin du champ de l'emploi, de la productivité et des enjeux business !

Cette perception constitue un frein à l'emploi car les salariés auront tendance à assimiler la démarche handicap à une démarche « bonne oeuvre, caritative ». Ils auront par conséquent plus de difficultés à reconnaître l'employabilité des personnes handicapées, à envisager leur recrutement et leur évolution comme uniquement axés sur des compétences.

- **Plus les managers sont diplômés, plus le stéréotype est fort.**

Il ressort de l'étude que **les managers les plus diplômés perçoivent davantage les personnes handicapées comme un groupe homogène**. En ayant une vision distanciée du « groupe » des personnes handicapées (**sans perception des différences entre les personnes de ce groupe**), ils s'identifient moins aux personnes handicapées que ne le font les moins diplômés.

Cette conclusion vient contredire la croyance communément acceptée selon laquelle plus un individu est diplômé, plus il est ouvert ou moins sujet à catégoriser. Au contraire, **du fait de son niveau de formation, la direction semble être la partie de l'entreprise à avoir les stéréotypes les plus forts**. C'est à ce niveau que la sensibilisation doit se jouer.

- **Plus les managers perçoivent l'engagement de l'entreprise et plus ils ont une image positive du handicap.**

**Les managers qui perçoivent que leur entreprise est engagée en faveur de la diversité ont des stéréotypes plus positifs sur les personnes handicapées que les autres**. L'étude a en effet pointé la relation entre une stratégie de communication donnant à voir l'hétérogénéité des personnes handicapées et des stéréotypes amoindris et positifs. En effet, quand le groupe des personnes handicapées est perçu de manière diverse et moins homogène, les croyances concernant les caractéristiques des personnes handicapées ne peuvent pas s'appliquer à tous les membres de ce groupe et le stéréotype est affaibli.

Attention, **les conclusions de l'étude tendent également à démontrer qu'il existe un seuil de saturation, au-dessus duquel les managers, lassés, développent des sentiments de rejet**. Une communication trop ciblée par public peut par exemple engendrer des stéréotypes négatifs envers les personnes handicapées. Elles sont alors à nouveau perçues comme un groupe homogène.

**L'étude n'a pas permis de définir de manière précise ce seuil de saturation**. Cependant, les entreprises peuvent régulièrement mesurer la perception qu'ont les salariés du handicap et des personnes handicapées, afin d'évaluer l'impact de la communication mise en place et de la réajuster, le cas échéant, pour éviter d'arriver au seuil contre-productif.

- **Seul le contact professionnel influe sur le stéréotype.**

**Côtoyer dans son quotidien professionnel des personnes handicapées influe positivement sur le stéréotype**. Plus la fréquence des contacts professionnels augmente et plus la représentation sociale du handicap devient significativement positive. Les managers ne côtoyant aucune personne handicapée sur leur lieu de travail n'ont que 24% d'évocations positives sur le handicap, alors que ce taux passe à 32% pour les managers encadrant des personnes handicapées dans leur équipe. Ceux qui participent au recrutement de personnes handicapées ont également des stéréotypes plus positifs que ceux qui n'y participent pas (47% d'évocations négatives pour les uns, contre 54% pour les autres).

**Et même si les managers n'ont pas directement de personnes handicapées dans leur équipe, le simple fait de savoir qu'il y en a dans l'entreprise a un impact positif sur le stéréotype**. En effet, le fait de connaître des personnes handicapées dans l'entreprise va favoriser une perception hétérogène du groupe « personnes handicapées » et donc avoir un effet positif sur le stéréotype.

**Contrairement aux idées reçues, le fait de connaître et d'avoir dans son entourage personnel des personnes handicapées n'affecte pas l'image du handicap et des personnes handicapées**. Tout fonctionne comme si les managers compartimentaient vie privée et vie professionnelle. Le handicap génère une forte empathie dans le cercle privé, qui semble incompatible, dans la perception des managers interrogés, avec les enjeux de l'entreprise (performance, productivité...).

- **Plus les managers s'identifient aux personnes handicapées, plus leurs stéréotypes sont positifs.**

**Plus les salariés s'identifient et se sentent concernés par le handicap, plus leurs représentations et stéréotypes seront positifs.** Le stéréotype se fonde en effet toujours sur les points de ressemblance entre les membres d'un groupe. **Or, l'étude démontre que les managers s'identifient moins aux salariés handicapés de leur entreprise qu'aux autres salariés de leur société.**

Les managers perçoivent de manière assez similaire les salariés handicapés de leur entreprise et les personnes handicapées en général (2,91 vs 3,16, sur une échelle de 9). Mais l'écart se creuse (3,16 vs 4,15) en ce qui concerne le degré de ressemblance entre les salariés handicapés et des salariés de leur entreprise. **La plus faible perception du degré de ressemblance entre les salariés de l'entreprise et les personnes handicapées salariées semble indiquer qu'ils sont moins perçus comme faisant partie intégrante de l'entreprise, moins intégrés dans «le moule».**

Par conséquent, **une culture forte d'entreprise constitue un levier important** pour positiver la représentation du handicap et favoriser une meilleure intégration des salariés dans l'entreprise, **à la condition que cette culture s'appuie sur des valeurs humaines et respecte et valorise les différences de chacun.**

- **Les entreprises peuvent faire évoluer les stéréotypes sur les personnes handicapées, en utilisant les outils de sensibilisation adéquats.**

Les résultats de l'étude révèlent (après avoir exclu de la base de données les managers n'ayant suivi aucune sensibilisation et formation) que les actions de sensibilisation n'ont pas d'effet quand elles sont rares et/ou trop espacées. Cependant, **à partir d'un certain seuil, qui semble être aux alentours de deux actions, on observe que le stéréotype devient plus positif. L'effet s'estompe ensuite progressivement avant de stagner à un palier où la sensibilisation n'a plus d'impact.**

En outre, **la sensibilisation a plus d'impact sur le stéréotype quand elle est centrée sur la rencontre.** En effet, la rencontre, directe et indirecte, permet d'interagir, de se découvrir et de déconstruire toutes sortes d'idées reçues sur l'autre. Aussi constate-t-on rapidement que l'autre ne correspond pas à l'image que l'on s'en fait et qu'il est possible de s'identifier à lui.

Les entreprises étudiées ont toutes mis en place différentes actions en faveur de l'emploi des personnes handicapées, mais **les managers sont peu nombreux à connaître et à participer à ces actions de sensibilisation.** Sur plus de 400 managers : environ 28% ont participé à un atelier de sensibilisation au handicap, 14% à un tutorat ou à l'accueil de stagiaires handicapés, 9% à un forum emploi sur le handicap, et seulement 4% à une formation sur le management du handicap.

**Des chiffres d'autant plus problématiques que le volontariat ne fonctionne pas dans le domaine du handicap, du fait de son image négative.** En effet, sur les 68% de managers qui ont eu connaissance de l'accord handicap conclu par leur entreprise, seul la moitié l'a lu. Autre exemple symptomatique : sur les 36% qui ont eu connaissance du guide pratique réalisé par leur entreprise, à peine la moitié l'a consulté.

---

### **A propos de IMS-Entreprendre pour la Cité**

Créé en 1986 par Claude Bébéar, IMS-Entreprendre pour la Cité a pour mission d'accompagner les entreprises dans leur Engagement Sociétal. L'association fédère un réseau de plus de 200 entreprises qui souhaitent se développer tout en favorisant l'accès de tous à l'éducation, à l'emploi et aux biens essentiels, dans le respect des spécificités et de l'identité de chacun.

Cet engagement se traduit dans l'entreprise par la mise en place de démarches sociétales innovantes : lutte contre les discriminations et gestion de la diversité dans l'entreprise, programmes d'accès de tous à l'emploi, soutien à l'égalité des chances dans l'éducation, développement de partenariats solidaires avec le monde associatif et les ONG, nouveaux business models en faveur des clients pauvres ou fragilisés...

L'association est présente en Ile-de-France - avec son siège à Paris - et dans différentes régions, avec ses antennes Rhône-Alpes et PACA ainsi qu'une quinzaine de clubs d'entreprises dans de grandes agglomérations françaises.

[www.imsentreprendre.com](http://www.imsentreprendre.com)

---

### **A propos d'Alstom**

Alstom est un leader mondial dans les infrastructures de production et de transmission d'électricité, ainsi que dans celles du transport ferroviaire. Le Groupe sert de référence avec ses technologies innovantes et respectueuses de l'environnement. Il construit les trains les plus rapides au monde et les métros automatiques offrant la plus grande capacité. Alstom fournit des centrales intégrées clés en mains, des équipements et différents services associés pour différentes sources d'énergie, dont l'hydroélectricité, le nucléaire, le gaz, le charbon et l'éolien. Il propose une vaste gamme de solutions pour la transmission d'électricité; en particulier dans le domaine des réseaux "intelligents" (smart grids). Alstom emploie environ 93 000 personnes dans plus de 70 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 23 milliards d'euros\* en 2009/10.

\* Chiffres Pro forma

[www.alstom.com](http://www.alstom.com)

---

### **A propos d'Areva**

AREVA fournit à ses clients des solutions pour produire de l'électricité avec moins de CO2. L'expertise du groupe et son exigence absolue en matière de sûreté, de sécurité, de transparence et d'éthique font de lui un acteur de référence, dont le développement responsable s'inscrit dans une logique de progrès continu. L'action du groupe en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap traduit son engagement fort pour l'accueil de tous, mais aussi sa démarche de développement durable et de progrès continu.

En soutenant la diversité et en favorisant l'intégration de toutes les différences dans l'entreprise, AREVA prouve une nouvelle fois son engagement et sa capacité à reconnaître le talent des personnes en situation de handicap : reconnue par le Label Diversité remis par l'AFNOR, AREVA a signé son 2ème accord groupe handicap pour la France en 2010, et conforte sa volonté d'actions avec des objectifs forts en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap sur l'ensemble de ses métiers. La formation et l'emploi sont au cœur de sa stratégie dans ce domaine.

Respectons les différences, sans changer de regard sur les compétences.

[www.areva.com](http://www.areva.com)

---

### **A propos de CNP Assurances**


Premier assureur de personnes en France, CNP Assurances conçoit, fabrique et gère des contrats d'assurance de personnes qu'il distribue en s'appuyant sur différents partenaires : grands réseaux bancaires, établissements financiers et mutuelles. CNP Assurances intervient sur les trois principaux segments du marché : épargne, retraite et prévoyance avec pour objectif d'accompagner ses 24 millions de clients dans le monde (dont 14 millions en France) tout au long de leur vie.

Coté à la Bourse de Paris depuis 1998 (Premier Marché), CNP Assurances s'appuie sur un actionnariat stable : la Caisse des Dépôts, La Banque Postale, le groupe BPCE et l'Etat. CNP Assurances est présent dans 15 pays dont l'Italie, l'Espagne, la Grèce, le Brésil, l'Argentine au travers de partenariats avec les grands réseaux bancaires.

---

### **A propos de L'Oréal**

Leader mondial des cosmétiques, L'Oréal est au service de toutes les beautés du monde depuis plus de 100 ans avec un portefeuille unique de 23 marques internationales, diverses et complémentaires. Présent dans 130 pays, L'Oréal a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires consolidé de 19,5 milliards d'euros et compte 66 600 collaborateurs. En matière de développement durable, Corporate Knights, réseau mondial d'investissement social responsable, a sélectionné L'Oréal pour son classement 2011 des 100 entreprises les plus engagées dans le développement durable à l'échelle mondiale et ce pour la quatrième année consécutive.

[www.loreal.com](http://www.loreal.com) -  Suivez-nous sur twitter @lorealpress

---