

## BONNES PRATIQUES

### *Carte d'identité de l'entreprise :*

#### *Compagnie des Transports Strasbourgeois, CTS*

Secteur d'activité : Transports en commun

Secteur géographique : Eurométropole

Contact :

Nom / Prénom : Monsieur AUGÉ Jean-Michel, Directeur du Développement Durable

Adresse mail : [jmauge@cts-strasbourg.fr](mailto:jmauge@cts-strasbourg.fr)

Signataire de la Charte de la Diversité : OUI

Adhérent à IMS Alsace : OUI

Fondateur IMS Alsace : NON

### *Présentation de l'action :*

#### **Descriptif de l'action mise en place dans l'entreprise :**

Objectif : communiquer sur les métiers de la CTS afin notamment d'accroître le nombre de candidatures féminines aux offres de postes proposés par l'entreprise, afin d'augmenter le pourcentage de femmes dans les recrutements et dans l'entreprise en général.

Constat de la part de l'entreprise : si aujourd'hui toutes les professions sont ouvertes aux femmes, les métiers de conduite, du contrôle de voyageurs, des services techniques souffrent encore d'idées reçues : métiers réservés aux hommes, ou trop pénibles pour les femmes, métiers incompatibles avec une vie de famille...

Or aujourd'hui à la CTS, des femmes sont conductrices de bus et de tram, effectuent des missions de contrôle ou encore travaillent, ou encore, travaillent en tant que mécaniciennes dans les ateliers. Mais elles sont encore trop peu nombreuses à ces postes aux yeux de l'entreprise.

### Descriptif des différentes étapes et axes de mise en œuvre de la démarche :

Afin de faire évoluer la perception des usagers sur ces professions, et de toucher un public le plus large possible, quatre affiches mettant en valeur des salariées de l'entreprise ont été diffusées sur l'ensemble du territoire de l'Eurométropole dans le cadre de la campagne de communication sur les métiers de la CTS « Révélez-vous, rejoignez-nous ».

Le public a pu y découvrir Marie-Sonia, mécanicienne, Samira, Agent de contrôle et d'information, Danielle, conductrice de bus, et Malika, conductrice de tramway.

La campagne de féminisation est également déclinée à travers les différentes actions extérieures de l'entreprise. A titre d'exemple, les journées de prévention à destination des jeunes collégiens, ou les actions d'éducation à la citoyenneté dans le cadre de partenariats avec des associations locales, sont des moments propices au rappel que tous les métiers de la CTS sont ouverts aux femmes.

### Ce qui caractérise la démarche en termes d'innovation et d'exemplarité :

Cette action traduit un engagement de la part de la CTS de jouer pleinement son rôle d'entreprise citoyenne. En s'adressant à l'ensemble de ses usagers, l'entreprise a souhaité non seulement mettre en valeur ses salariées, mais également faire évoluer la perception de la clientèle et des candidates potentielles sur ses différents métiers. La campagne vise clairement à donner envie aux femmes de postuler à des emplois au sein de l'entreprise tout en mettant en exergue la diversité des origines.

### Les problématiques propres à l'entreprise auxquelles la démarche permet de répondre :

- Avec près de 1500 salariés, la CTS est le 3<sup>ème</sup> employeur de l'Eurométropole. Si tous les métiers de la CTS sont ouverts aux femmes, la part des femmes au sein de l'entreprise n'est aujourd'hui que de 13,9%. Ce chiffre est encore plus faible parmi les conducteurs où uniquement 11,2% de femmes sont en fonction.
- Il est vrai que l'ensemble des entreprises de transports publics est confronté à cette sous-représentation féminine dans les effectifs. D'ailleurs, les chiffres publiés dans le dernier bilan social de l'Union des Transports Publics et ferroviaires relatifs aux entreprises de transports publics des agglomérations de taille équivalente à la CTS (+ de 250 000 habitants) sont comparables à ceux précédemment cités. La part des femmes dans les effectifs de ces réseaux est inférieure à 20%.
- Cette part augmente cependant si l'on observe l'ensemble des réseaux, quelle que soit la taille de l'agglomération.

La CTS ambitionne de faire évoluer cette situation.

### Le caractère reproductible de la démarche : ce qu'endit l'entreprise

L'ensemble des entreprises du transport public est confronté à la même difficulté concernant la féminisation des effectifs.

Les résultats de ce type d'action sont à envisager sur le moyen-long terme. Il est donc question, de la part de l'entreprise, d'un profond engagement à promouvoir et à communiquer, à informer le plus grand nombre, selon les moyens à sa portée, sur les métiers à forts taux d'occupation masculine. Il s'agit notamment de veiller à la non-discrimination des femmes à l'embauche, en privilégiant des pratiques managériales en faveur de la diversité.

Ces entreprises ont donc tout intérêt à communiquer sur leurs métiers et à mettre en valeur leurs salarié(e)s en se détachant des stéréotypes et en mettant en exergue les compétences.

### Les perspectives de développement de l'action au sein de l'entreprise :

Une enquête image a été réalisée par la CTS et notamment sur la réception par un panel de femmes de la campagne d'affichage. Les réactions ont été très positives, notamment au regard de l'image épanouie renvoyée par nos salariées.

Les participantes ont fait part de leur intérêt relatif à la découverte de ces métiers. Certaines ont indiqué découvrir que ces métiers étaient ouverts aux femmes.

Cette enquête a également fait ressortir que la campagne suscitait de nombreuses questions autour de l'action de la CTS en faveur de l'emploi des femmes dans ces métiers.

La réalisation de clips vidéo faisant la promotion des métiers de l'entreprise, et mettant en valeur des femmes dans leur environnement de travail. L'occasion de permettre aux salarié(e)s de s'exprimer sur leurs motivations et de décrire leur environnement de travail...

### Les ressources allouées :

- Humaines :

Mobilisation de la majorité des Directions de l'entreprise autour de ce projet transversal.

La Direction du Développement Durable et des Relations Institutionnelles, qui compte un référent diversité, est en charge de la cohésion de la politique diversité de l'entreprise.

La Direction des Ressources est également très présente dans la réflexion et la mise en pratique de la féminisation des métiers.

Campagne d'affichage : mobilisation de quatre salariées (portraits des quatre collaboratrices diffusés, avec l'accord des intéressées)

- Financières :

Coût de la campagne d'affichage : 13000€ + l'achat d'un espace de presse

Coût des places en crèche : 20 000€ / an

### Quelques résultats notables :

Un important travail a été mené en interne pour favoriser l'emploi des femmes. L'ensemble des process RH, la formation des encadrants sur les problématiques liées à la diversité en entreprise et à la lutte contre les discriminations visent à faire prendre consciences aux collaborateurs, que, notamment, l'un des principaux obstacles à l'emploi des femmes est la possibilité de pouvoir disposer d'un mode de garde pour leur enfant.

Deuis setembre 2012, la CTS mets à la disposition de ses salariés 10 places au sein de la crèche interentreprises de Strasbourg-Plaine des Bouchers. Cette crèche dispose entre autres du double avantage d'accueillir les enfants sur des plages horaires élargies, d'une part, et de proposer, d'autre part, des fréquences d'accueil élargies.

Les procédures de recrutement des conducteurs/trices ont également évolué pour favoriser la diversité au sein de l'entreprise, et mettre en avant les compétences. Ainsi depuis 2013, au-delà de la détention d'un permis D pour un candidat à un poste de conducteur, la priorité est donnée aux candidats qui, inscrits à Pôle Emploi, démontrent une réelle attitude et une capacité à exercer ce métier.

Le candidat retenu (ou la candidate) à un poste de conducteur/trice ne disposant pas du permis D se le voit financer par l'entreprise. Cette évolution a pour objectif de faire évoluer la part des femmes sur ce type de postes.

Mais il s'agit également de susciter des vocations et d'accroître le volume de candidatures féminines aux emplois proposés par l'entreprise.

Pour ce faire, les actions de l'entreprise en externe (en établissements scolaires) ont vocation à permettre le dialogue sur la place de la femme au sein de l'entreprise.