

## BONNES PRATIQUES

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

#### *Fischer Décors Sarl*

**Nom de l'entreprise :** Secteur d'activité : Entreprise de peinture, décoration, revêtements

**Secteur géographique :** Eurométropole

**Contact :**

**Nom / Prénom :** Monsier FISHER Patrick

**Adresse mail :** [info@peinture-fischer.com](mailto:info@peinture-fischer.com)

**Signataire de la Charte de la Diversité :** OUI

**Adhérent à IMS Alsace :** NON

**Fondateur IMS Alsace :** OUI

### *Présentation de l'action :*

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

Le secteur de l'artisanat rencontre des problèmes de recrutement de jeunes, et reçoit souvent des candidatures de jeunes en échec scolaire qui choisissent ce secteur par défaut. De même, trop peu de femmes choisissent encore ces métiers.

#### **Descriptif des différentes étapes et axes de mise en œuvre de l'action au sein de l'entreprise :**

##### **Diversification du sourcing et communication à l'externe sur les métiers de l'entreprise :**

- Bouche à oreille
- Présentation des métiers dans des établissements scolaires
- Accueil de scolaires dans le cadre de stages
- Ouverture à chaque salarié/e de différents niveaux de formation (brevet professionnel, BTMA, brevet de maîtrise...) pour une évolution professionnelle

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

C'est afin de répondre à un véritable problème de recrutement que l'entreprise a fait la démarche d'aller vers des candidates féminines pour leur présenter ses métiers et elle a trouvé son public. La démarche a permis de faire connaître l'entreprise qui a gagné en performance suite à plusieurs recrutements.

Cette expérience démontre que la diversité, l'égalité professionnelle et l'embauche de femmes sur des métiers « d'hommes » est bien une richesse pour l'entreprise.

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

L'entreprise s'est engagée sur les questions d'intergénération et d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, compte-tenu l'importance de favoriser la transmission de savoir-faire. Il s'agit également de palier à des difficultés en termes de recrutement et d'innovation, et de saisir cette opportunité de multiplier les compétences sur des postes traditionnellement masculins, en y embauchant des femmes.

### Quelques résultats notables :

Plusieurs femmes ont été embauchées sur des postes « masculin ». Leur arrivée a été annoncée lors d'une réunion d'équipes. Mais c'est plutôt sur le terrain que les choses se sont mises en place. Passé l'étonnement de certains salariés, les femmes ont pu s'affirmer dans les équipes par leurs compétences.

Au terme de ces étapes, une action grand public innovante a été présentée, sous la forme d'un spectacle qui visait à déconstruire les stéréotypes sur les métiers de l'artisanat, présenté à l'Illiade à Schiltigheim (joué 10 fois devant 500 personnes) et à la suite duquel des plaquettes d'information ont été distribuées.

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

Aller dans les écoles présenter ses métiers « traditionnellement masculins » et utiliser le bouche à oreilles est à la portée de tous !

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

L'objectif est de poursuivre la communication autour de l'entreprise et la présentation des métiers afin d'attirer de nouveaux talents, masculins et féminins.

### Les ressources allouées :

- Le temps consacré à la rencontre des scolaires, et aux réunions avec la Mission Locale de Molsheim et l'Association des Commerçants des Métiers de l'Artisanat du canton de Rosheim, présidée par Monsieur Fischer.

### La communication autour de la démarche :

La démarche mise en œuvre ont trouvé leur écho par le biais de l'Association des Commerçants des Métiers de l'Artisanat du canton de Rosheim, que préside Monsieur Fischer, mais également par le biais de la Mission Locale.