

POUR PLUS DE TROIS QUARTS DES FRANÇAIS, LES ENTREPRISES DOIVENT PRENDRE DES POSITIONS PUBLIQUES EN FAVEUR DE L'INCLUSION

Le Groupe APICIL publie les résultats de la 2ème édition de son baromètre « Les Français et l'inclusion » réalisé avec OpinionWay

Alors que l'index Diversité et Inclusion est actuellement en phase d'expérimentation auprès d'organisations volontaires¹, l'inclusion apparaît de plus en plus comme un sujet au cœur des débats sociétaux. Dans ce contexte, le Groupe APICIL, 3ème groupe français de protection sociale, publie les résultats de la 2ème édition de son baromètre sur « Les Français et l'inclusion » réalisée avec l'Institut de sondage OpinionWay. Il en ressort que la majorité des Français se dit concernée par le thème de l'inclusion (55% soit une progression de 6 points par rapport à 2021) et reconnaît la France comme étant une société inclusive (56%, en augmentation de 4 points). A l'image des résultats de l'an passé, l'entreprise a selon eux un rôle primordial à jouer dans les avancées sociétales (86%).

- La crise sanitaire a aggravé les inégalités sociales (55%) et scolaires (52%), l'accès aux soins (53%) ainsi que la prise en charge de la santé mentale (42%), laquelle s'affiche désormais comme l'une des préoccupations majeure des salariés en entreprise (45%).
- Si l'inclusion doit être au cœur du débat électoral selon 57% des Français, seul un peu plus d'un tiers (35%) pense que ce thème est suffisamment abordé par les candidats.
- Les jeunes (62%), les plus modestes (60%) et les femmes (58%) sont les plus sensibles à la thématique de l'inclusion.
- Pour les Français, l'inclusion fait avant tout référence aux personnes en situation de handicap (40%), à la communauté LGBT+ (32%), aux étrangers, à l'apparence physique et à l'égalité homme-femme (à égalité à 27% pour ces 3 items) ; les jeunes de 18 à 24 ans sont ceux qui associent le plus de thématiques à l'inclusion : 3,6 citations en moyenne, contre 2,8 pour l'ensemble des Français.
- Le handicap (88%), l'origine ou la race supposées (86%), l'apparence physique (84%) et l'âge (81%) sont les discriminations que les Français relèvent le plus.



¹: lien de la source

- Les femmes agissent davantage que les hommes dans la lutte contre les discriminations (63% vs 52%).
- Tous les acteurs de la société ont un rôle à jouer en matière d'inclusion que ce soit les pouvoirs publics (88%), les citoyens (87%), la famille (86%), les écoles (85%), les associations (84%) ou les entreprises (84%).
- Les pouvoirs publics (49%), les citoyens (45%) et les entreprises (45%) pourtant perçus comme les acteurs parmi les plus légitimes, font partie de ceux qui agissent le moins.
- La sensibilisation de tous les salariés (26%) et des Ressources Humaines (24%), l'anonymisation des CV (25%), le maintien dans l'emploi des seniors (23%) ainsi que la création de services dédiés à l'accompagnement des travailleurs en situation de handicap (22%) sont les actions prioritaires que les entreprises doivent mettre en place pour favoriser la diversité.
- La politique d'inclusion déployée par un employeur est un critère de choix à l'heure de postuler pour un emploi selon 56% des jeunes actifs.

Une société française davantage sensibilisée à l'inclusion mais qui demeure encore trop inégalitaire

Alors qu'en 2021, 39% des Français ne connaissaient pas les thématiques auxquelles font référence le terme d'inclusion, ils ne sont plus aujourd'hui que 20%. Ce recul très significatif de 19 points témoigne de l'entrée dans le débat public et de la démocratisation de cette notion. Ce sont surtout les jeunes de moins de 35 ans (62%), les plus modestes (60% des foyers disposant de moins de 2 000 euros par mois) et les femmes (58%) qui se disent les plus concernés par l'inclusion.

Ce terme d'inclusion est avant tout associé par les Français aux personnes en situation de handicap (40%, +14 points par rapport à 2021) ou LGBTI+ (32%, +10 points), puis à l'égalité (27%) aux étrangers (+5 points), à l'apparence physique (+7 points) et à l'égalité femmes-hommes (+4 points). Si les jeunes générations sont plus nombreuses à faire référence à l'égalité femmes-hommes (44%) et aux étrangers (42%), les plus modestes (33%) et les femmes (29%) évoquent davantage le niveau social.

La quasi-totalité des Français (96%, +3 points) identifient au moins un domaine sujet à des discriminations. Le handicap (88%, +5 points), l'origine ou la race supposées (86%, +4 points), l'apparence physique (84%, +3 points) et l'âge (81%, +5 points) sont les discriminations qu'ils relèvent le plus.

Malgré ce bilan sévère, le sentiment que la société française est inclusive progresse cette année de 4 points pour atteindre 56% de la population (vs 52% en 2021). Un constat toutefois contrasté par le recul de 5 points à 53%, contre 58% l'an passé, de Français estimant qu'il existe assez d'actions en faveur de l'inclusion. Les femmes (49%) sont moins nombreuses que les hommes (56%) à établir ce constat, il en va de même pour ceux issus des catégories populaires (45% vs 56% des CSP+).

Des progrès restent donc à réaliser pour faire de l'hexagone une société plus inclusive, d'autant que les Français affirment que la crise sanitaire a aggravé les inégalités sociales (55%) et scolaires (52%), l'accès aux soins (53%) et la prise en charge de la santé mentale (42%).

« Les Français sont de plus en plus concernés par les problématiques d'inclusion et y associent de plus en plus de dimensions. Nous observons une sensibilité particulièrement importante des jeunes générations et des femmes sur ce sujet, ils semblent relativement en pointe dans la prise en considération de ces enjeux. Mais c'est aussi une thématique à travers laquelle se renouvellent les clivages sociaux. En effet, si les plus diplômés se montrent sensibles aux problématiques d'inclusion, c'est également le cas des plus modestes, voire des catégories populaires. Ces avancées ne doivent néanmoins pas occulter tous les efforts qu'il reste à accomplir pour faire de l'inclusion une réalité pour toutes et tous. » indique **Philippe Barret**, Directeur Général du Groupe APICIL.



L'ensemble de la société doit agir en faveur de l'inclusion

Pour les Français, tous les acteurs de la société ont un rôle à jouer pour favoriser l'inclusion, que ce soit les pouvoirs publics (88%, +3 points), les citoyens (87%), la famille (86%), les écoles (85%), les associations (84%), les entreprises (84%, +2 points), les forces de l'ordre (73%), les syndicats (72%) et les acteurs religieux (69%, -3 points). A noter qu'ils sont 69% à estimer que les pouvoirs publics ont un rôle « important » à jouer.

En revanche, les Français sont moins convaincus que ces acteurs agissent suffisamment en faveur de l'inclusion. Surtout, ils sont moins nombreux à le penser que l'année dernière. C'est tout particulièrement le cas des pouvoirs publics (49%, -5 points), des citoyens (45%, -4 points), des entreprises (45%, -4 points), des syndicats (44%, -3 points) et des forces de l'ordre (40%, -3 points).

Moins de six Français sur dix (58%, stable) disent agir au quotidien pour lutter contre les discriminations alors qu'ils les identifient dans une écrasante majorité des cas. Les femmes sont à cet égard plus concernées que les hommes et agissent davantage que ces derniers (63% vs 52%).



« Le sentiment qu'il existe des discriminations aujourd'hui augmente dans tous les domaines considérés dans l'étude, à l'exception de l'orientation sexuelle et de l'identité de genre (80%). Même si des progrès sont constatés, le chemin à parcourir demeure donc encore long pour que la société française soit davantage perçue comme inclusive, d'autant que la crise sanitaire a pu porter un coup d'arrêt à certaines dynamiques parfois à l'œuvre. Tous les acteurs de la société ont un rôle à jouer en la matière, les entreprises presque autant que les pouvoirs publics et les citoyens. » souligne **Sofiene Chaabani**, Responsable GEPP, SIRH et Inclusion.

Au-delà de la sensibilisation, les Français attendent des engagements concrets de la part des entreprises

Les salariés sont 57%, en augmentation de seulement 1 point en un an, à déclarer que leur organisation est engagée en matière d'inclusion. Les jeunes actifs se distinguent en étant 56% (vs 46% de la population salariés) à estimer que la politique d'inclusion déployée par un employeur est un critère de choix à l'heure de postuler pour un emploi. Les organisations ont, en effet, tout à gagner à favoriser l'inclusion : plus de sept Français sur dix (71%, +2 points) la perçoivent comme une richesse, et comme étant un facteur de performance (63%, +2 points) et d'innovation (62%, -2 points).

Les Français n'attendent pas seulement des démarches de sensibilisation (55%) mais bien la mise en œuvre de véritables politiques d'inclusion au sein des organisations, avec en tête de liste, des actions relatives à l'embauche ou au maintien de l'emploi (64%, +4 points).

75% des salariés français jugent qu'en dehors de l'obligation légale, les entreprises agissent peu pour intégrer les travailleurs en situation de handicap, 60% qu'elles en font peu en faveur de leurs salariés LGBTQ+. Seule une courte majorité (53%) considère qu'avec la crise sanitaire, leur entreprise a mis en place des mesures pour garantir de bonnes conditions de travail aux collaborateurs en situation de handicap et est confiante dans sa capacité d'accompagnement en cas de maladie grave (51%). Une proportion non négligeable de salariés (45%) se disent plus inquiets pour leur santé mentale et physique depuis la crise sanitaire, tout particulièrement les plus modestes (58%), ainsi que les jeunes et les femmes (54%). Pourtant, la santé mentale et physique ne fait partie des priorités d'action de leur entreprise que pour une minorité de collaborateurs (44%).

En outre, 86% des Français estiment que les entreprises ont un rôle déterminant à jouer dans les avancées sociétales, 76% qu'elles doivent prendre des positions publiques sur le thème de l'inclusion. Elles sont d'autant plus légitimes qu'elles peuvent servir d'aiguillon aux pouvoirs publics dans la proposition et le soutien de mesures dans la lutte contre les discriminations (78%). D'ailleurs la campagne présidentielle apparaît en ce sens comme une occasion idoine pour (re)mettre l'inclusion à l'ordre du jour. Si ce thème doit être au cœur du débat électoral selon 57% des Français, seul un peu plus d'un tiers (35%) pense qu'il est suffisamment abordé par les candidats. Il reste par conséquent encore une marge de progression pour être à la hauteur de ce qu'attendent les Français sur cette question.

« Chez APICIL, nous avons fait de l'inclusion un engagement durable, nous travaillons à progresser en la matière et incitons tous les autres acteurs à faire de même. Nous sommes convaincus, tout comme les Français, que la mise en œuvre d'une politique inclusive au sein des entreprises est source de richesse et un levier de performance. C'est aussi une opportunité pour elles de révéler le rôle qu'elles peuvent endosser en faveur du bien commun et des évolutions sociétales. Cette période de campagne électorale représente d'ailleurs une véritable occasion pour les organisations de « montrer l'exemple ». Elles devront cependant veiller à ce que les valeurs qu'elles prônent en faveur de l'inclusion soient en ligne avec les mesures concrètement déployées en interne afin d'éviter tout « social bashing » conclut **Damien Dumas, Directeur de la stratégie en charge de la RSE du Groupe APICIL.**



L'édition 2022 du baromètre « Les Français et l'inclusion » est disponible [ici](#) !

Méthodologie

Le baromètre « Les Français et l'inclusion » a été réalisé auprès d'un échantillon représentatif de 1 031 Français âgés de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées les 16 et 17 février 2022.

À PROPOS DU GROUPE APICIL

— Le Groupe APICIL, 3^{ème} groupe français de Protection Sociale avec 2,9Md€ de chiffre d'affaires, propose une gamme complète de solutions performantes et adaptées en santé - prévoyance, épargne et services financiers ainsi que retraite pour particuliers et professionnels. Chaque jour, les 2 180 collaborateurs du Groupe apportent leur expertise aux plus de 46 500 entreprises et 1,8 millions d'assurés protégés. Paritaire et mutualiste, le Groupe accompagne ses clients au plus près de leurs attentes en répondant à leurs besoins des plus généraux aux plus spécifiques (handicap, BTP...) et dans toutes les étapes de leur vie. En ligne avec sa raison d'être « Par une relation proche et attentionnée, soutenir toutes les vies, toute la vie », le Groupe APICIL est très investi en matière de RSE avec un engagement fort : promouvoir l'inclusion.

Plus d'informations sur <https://www.groupe-apicil.com>

Suivez notre actualité sur Twitter

CONTACTS PRESSE

AGENCE RUMEUR PUBLIQUE - apicil@rumeurpublique.fr
Marie GOISLARD – Tél. : 01.55.74.52.33 / 06.21.23.37.75
Simon LOZACH – Tél. : 06.32.26.41.56
Hamza BOUALI - Tél. : 01.55.74.52.13 / 07.85.06.79.47
Domitille PHILIPON – Tél. : 01.82.28.37.36

GROUPE APICIL - Karine MARIE

karine.marie@apicil.com
 Tél. : 06.99.15.66.59