L'influence au féminin
Edition 2015

Sondage Ifop pour
Génération Femmes d'Influence

Contacts Ifop :
Frédéric Dabi / Anne-Sophie Vautrey
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise
01 45 84 14 44
prenom.nom@ifop.com

Octobre 2015

GÉNÉRATION FEMMES D'INFLUENCE

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour Génération Femmes d'Influence

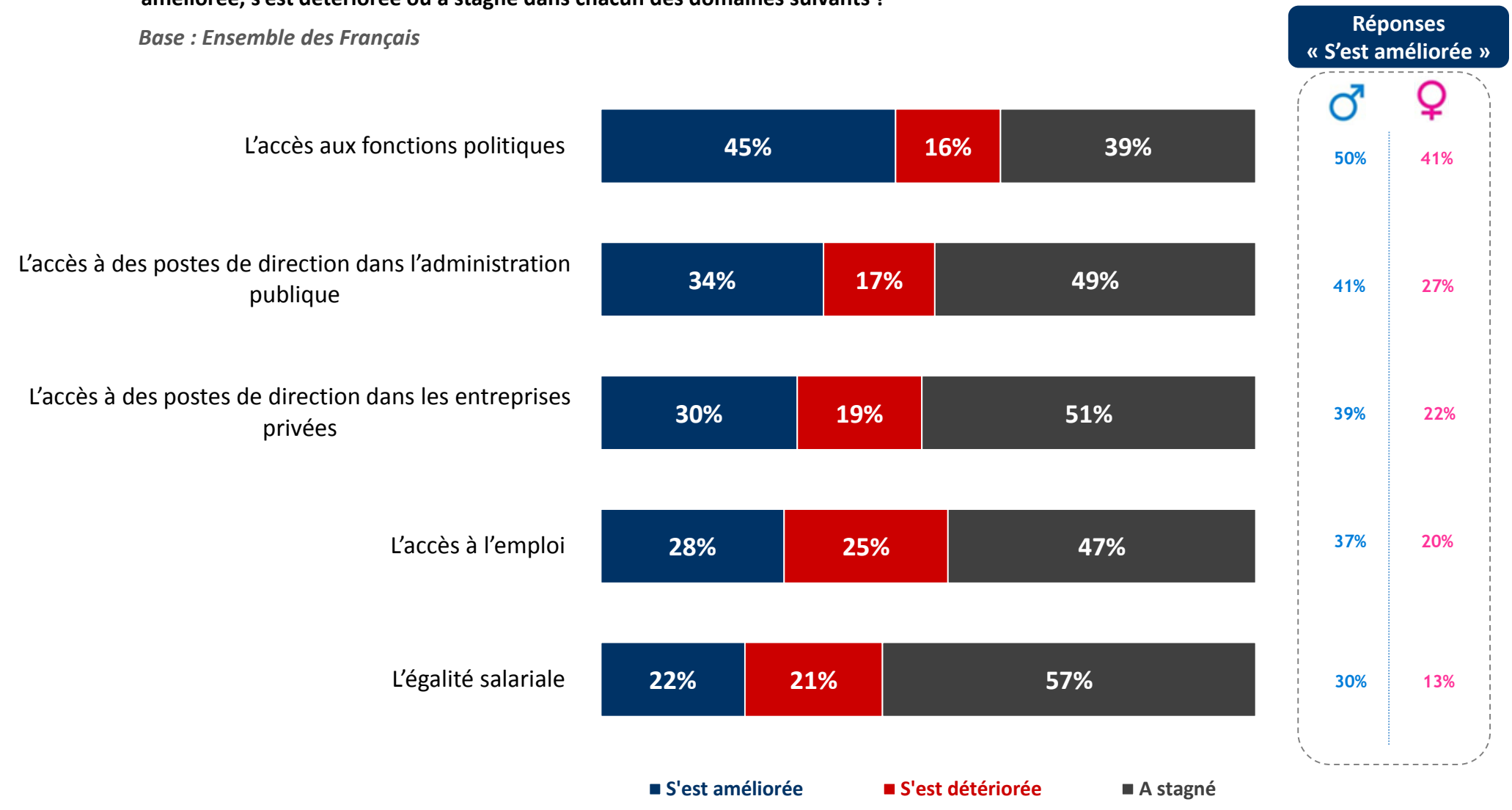
Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1010** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.	La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) du 14 au 16 octobre 2015.

2 | Les résultats de l'étude

La perception de l'évolution de la situation des femmes dans différents domaines au cours des 5 dernières années

QUESTION : **Personnellement, diriez-vous qu'au cours des cinq dernières années, la situation des femmes, par rapport aux hommes, s'est améliorée, s'est détériorée ou a stagné dans chacun des domaines suivants ?**

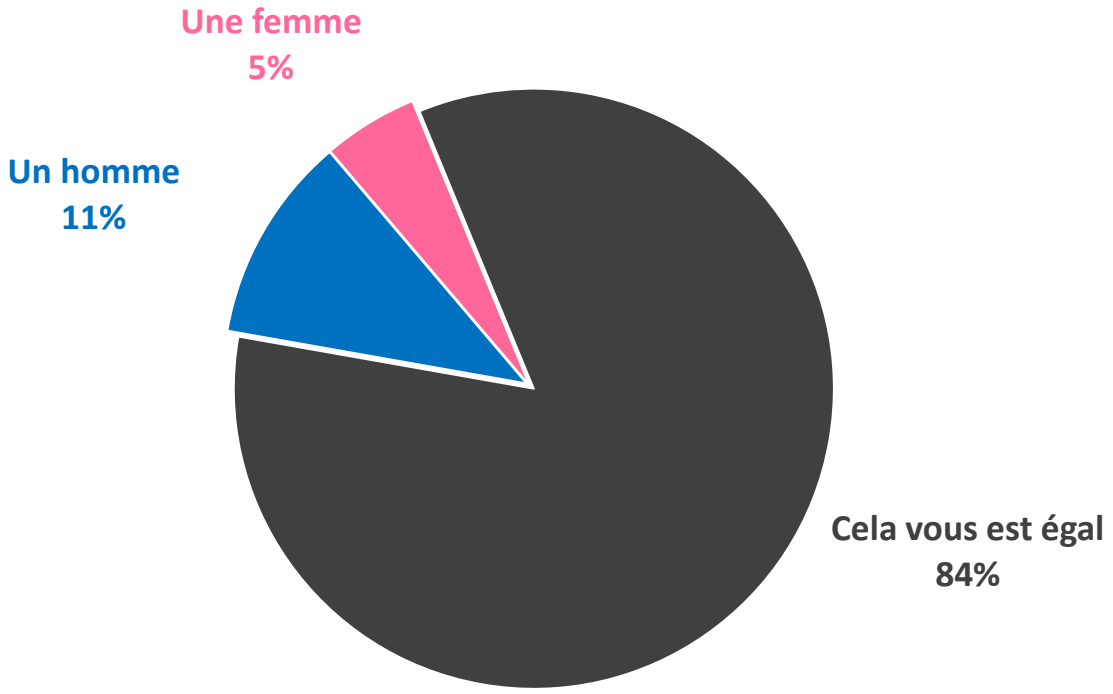
Base : Ensemble des Français



La préférence concernant le sexe de son supérieur hiérarchique

QUESTION : **Dans l'idéal, préférez-vous que votre supérieur hiérarchique soit une femme, un homme, ou cela vous est-il égal ?**

Base : Ensemble des Français

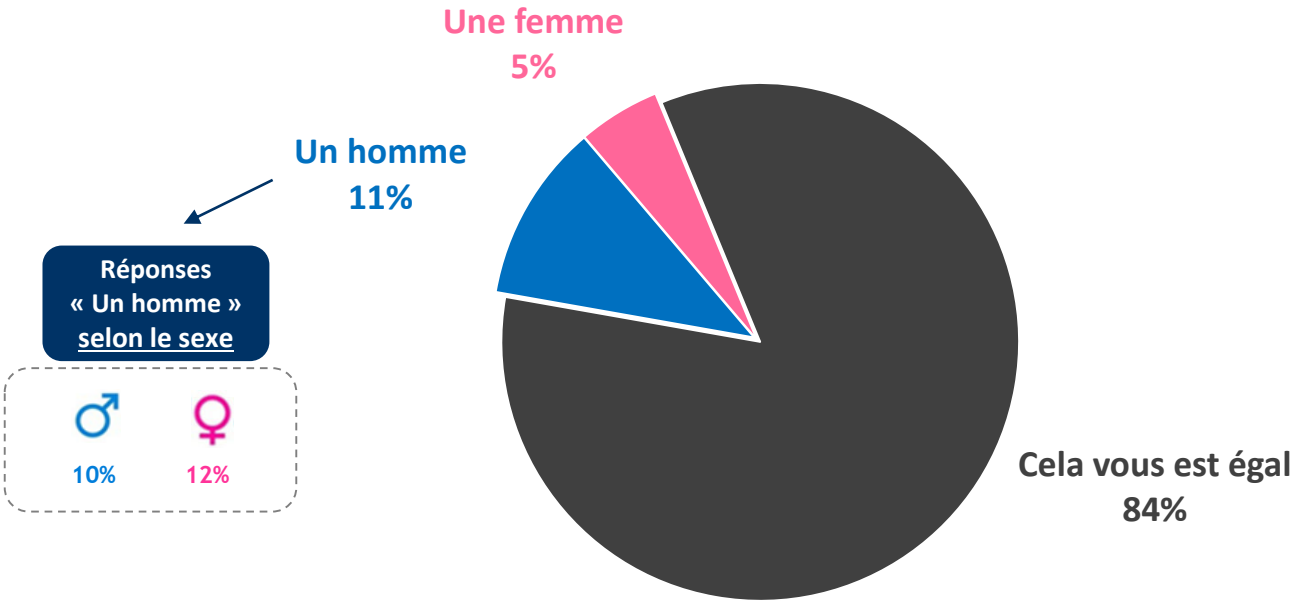


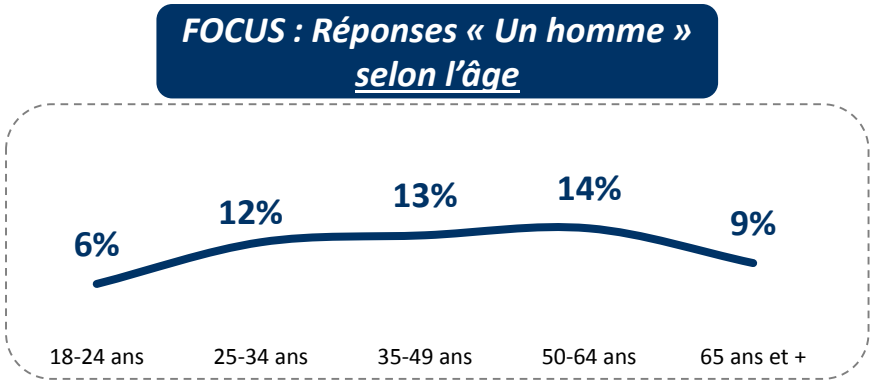
La préférence concernant le sexe de son supérieur hiérarchique

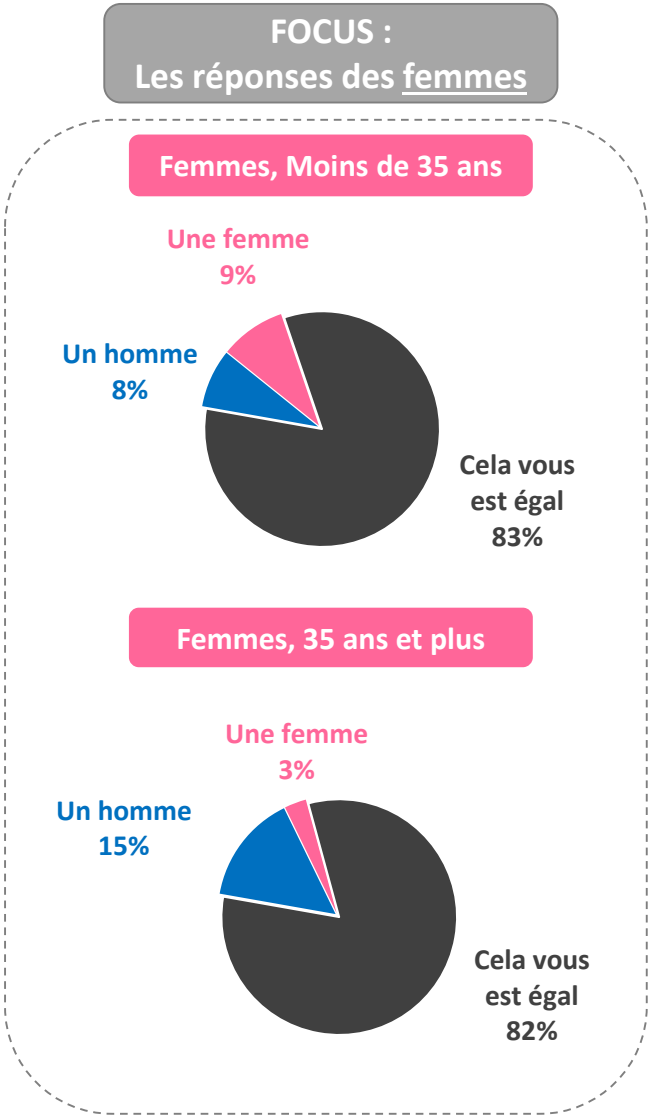
Focus selon l'âge et le sexe des répondants

QUESTION : **Dans l'idéal, préférez-vous que votre supérieur hiérarchique soit une femme, un homme, ou cela vous est-il égal ?**

Base : Ensemble des Français





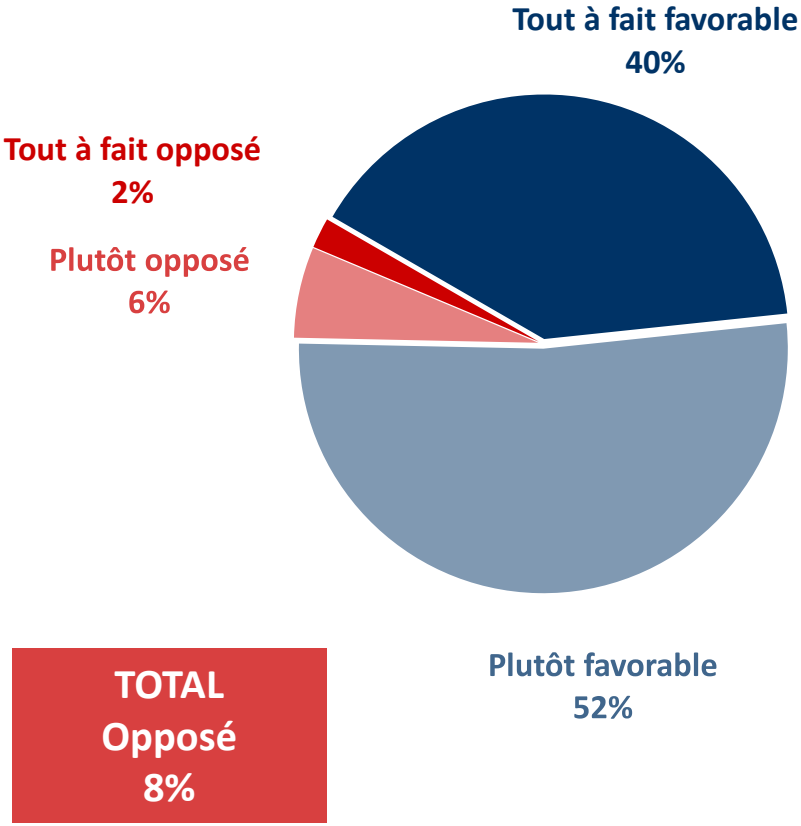


L'adhésion à l'idée qu'une femme devienne président de la République

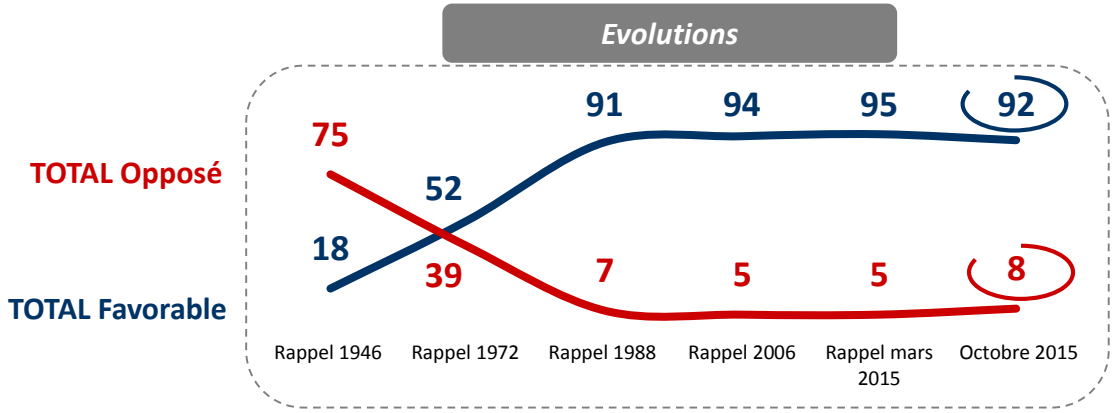
QUESTION : **Personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à l'idée qu'une femme devienne président de la République ?**

Base : Ensemble des Français

TOTAL Favorable 92%



TOTAL Opposé 8%



L'adhésion à l'idée qu'une femme devienne président de la République

Focus selon l'âge et le sexe des répondants

QUESTION : Personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à l'idée qu'une femme devienne président de la République ?

Base : Ensemble des Français

TOTAL Favorable 92%

Réponses « Favorable » selon le sexe

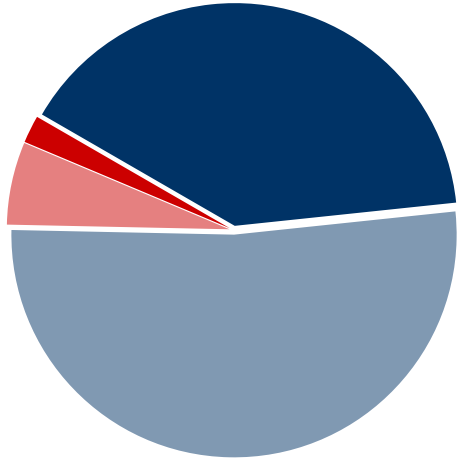
♂ 90%

♀ 95%

FOCUS : Les réponses des femmes

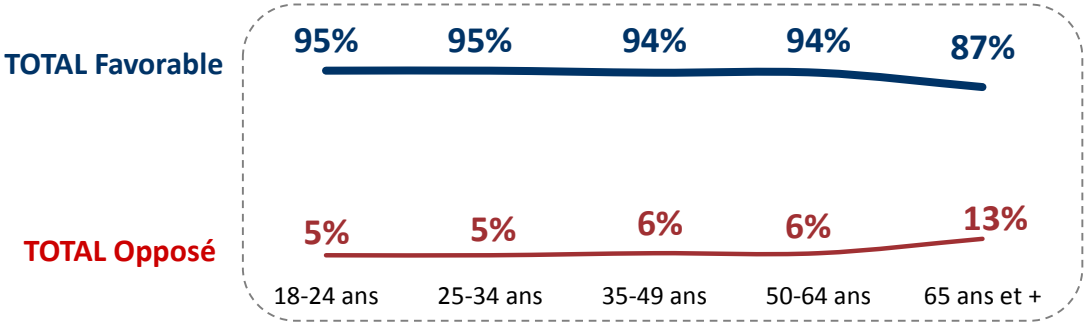
TOTAL « FAVORABLE »

Femmes Moins de 35 ans	Femmes 35 ans et +
97%	95%



TOTAL Opposé 8%

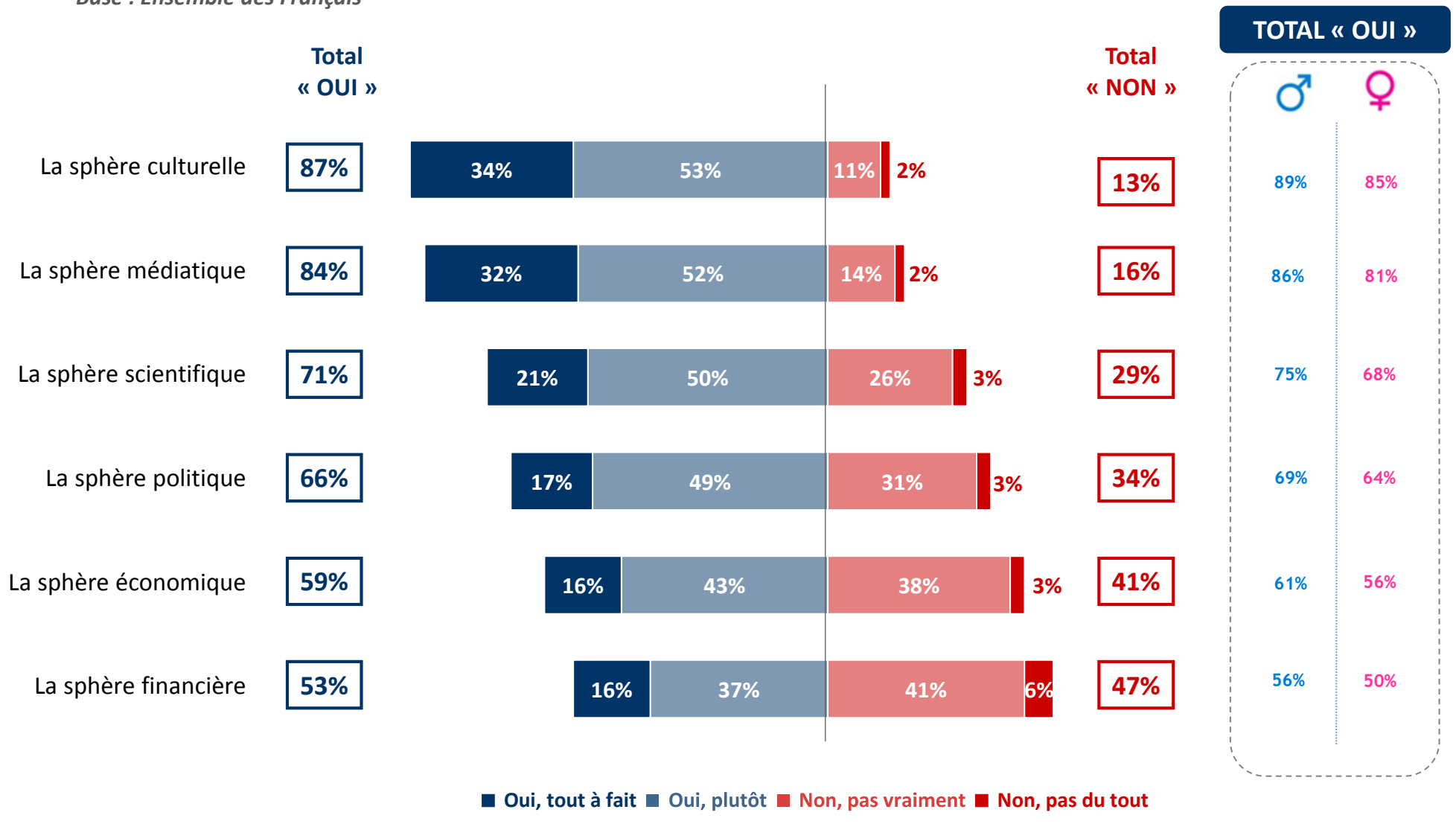
FOCUS : *Réponses selon l'âge*



La perception de l'influence féminine dans différentes sphères

QUESTION : **Selon vous, les femmes ont-elles aujourd'hui une influence dans chacune des sphères suivantes ?**

Base : Ensemble des Français



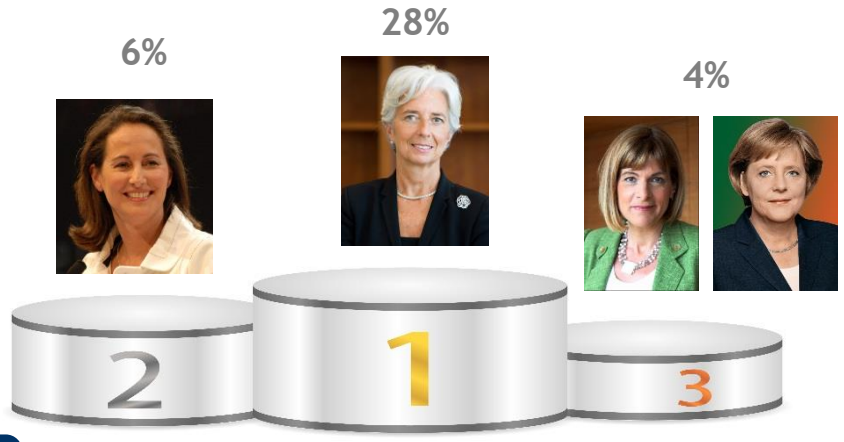
La notoriété spontanée de femmes d'influence dans la sphère économique

TOP 3 des citations et comparatif hommes / femmes

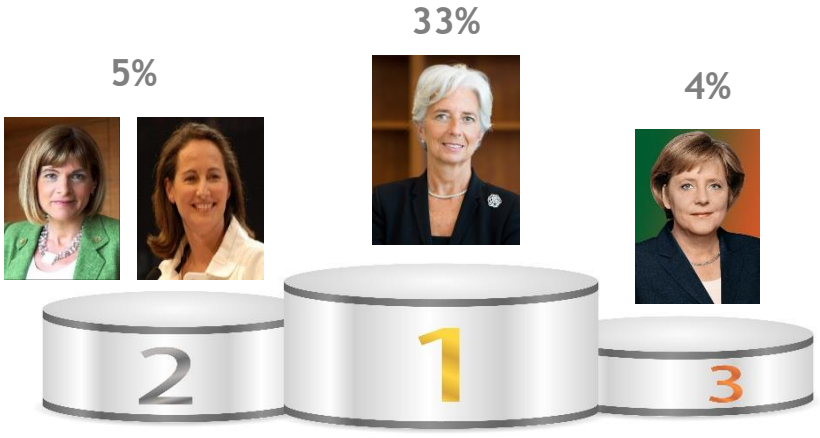
QUESTION : **Quelles sont toutes les femmes d'influence dans la sphère économique que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? (Question ouverte – réponses spontanées)**

Base : Ensemble des Français

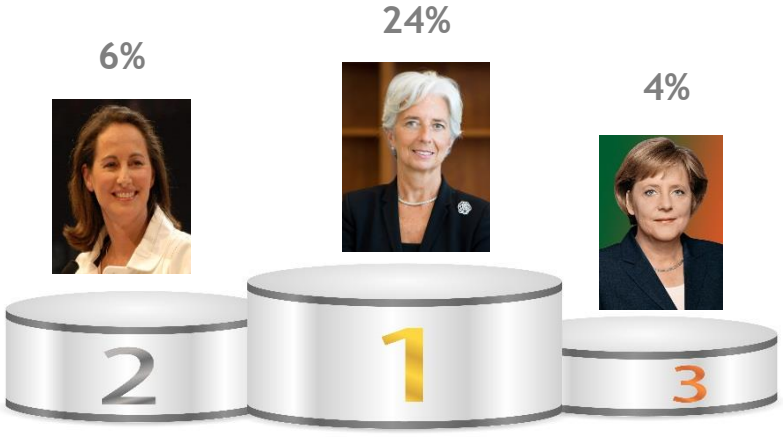
Le TOP 3 auprès de l'ensemble des Français



Le TOP 3 chez les hommes



Le TOP 3 chez les femmes



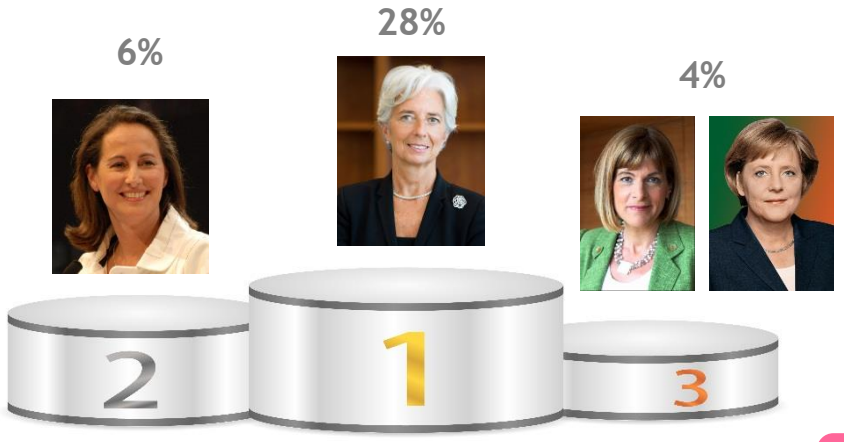
La notoriété spontanée de femmes d'influence dans la sphère économique

TOP 3 des citations : le détail des réponses des femmes

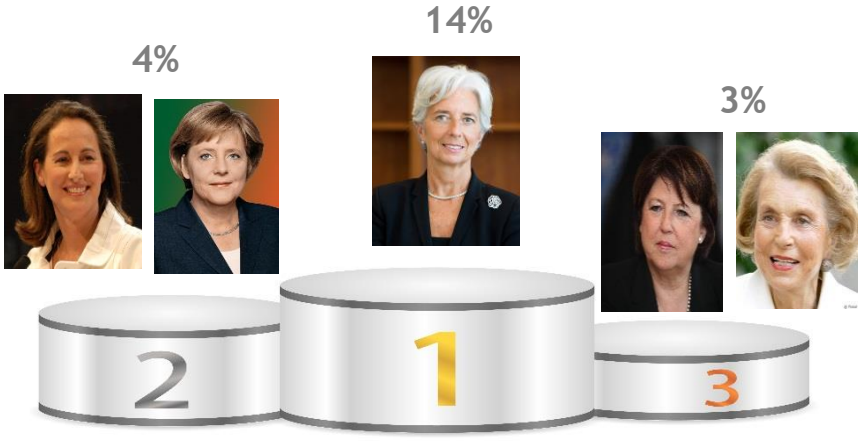
QUESTION : Quelles sont toutes les femmes d'influence dans la sphère économique que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? (Question ouverte – réponses spontanées)

Base : Ensemble des Français

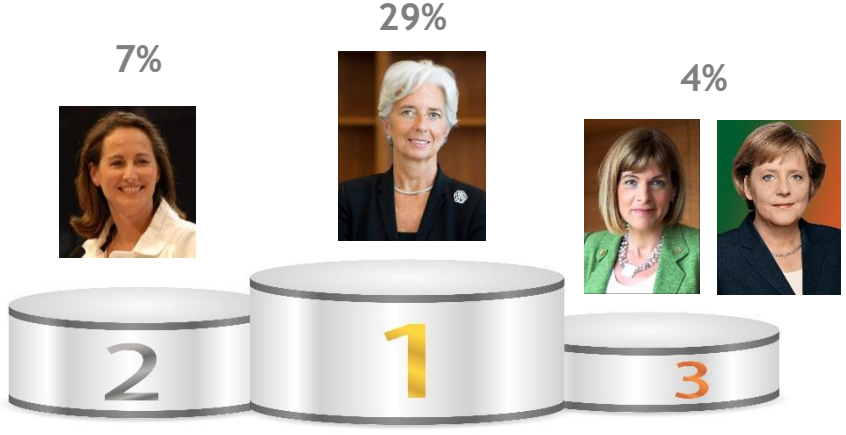
Le TOP 3 auprès de l'ensemble des Français



Le TOP 3 chez les femmes de moins de 35 ans



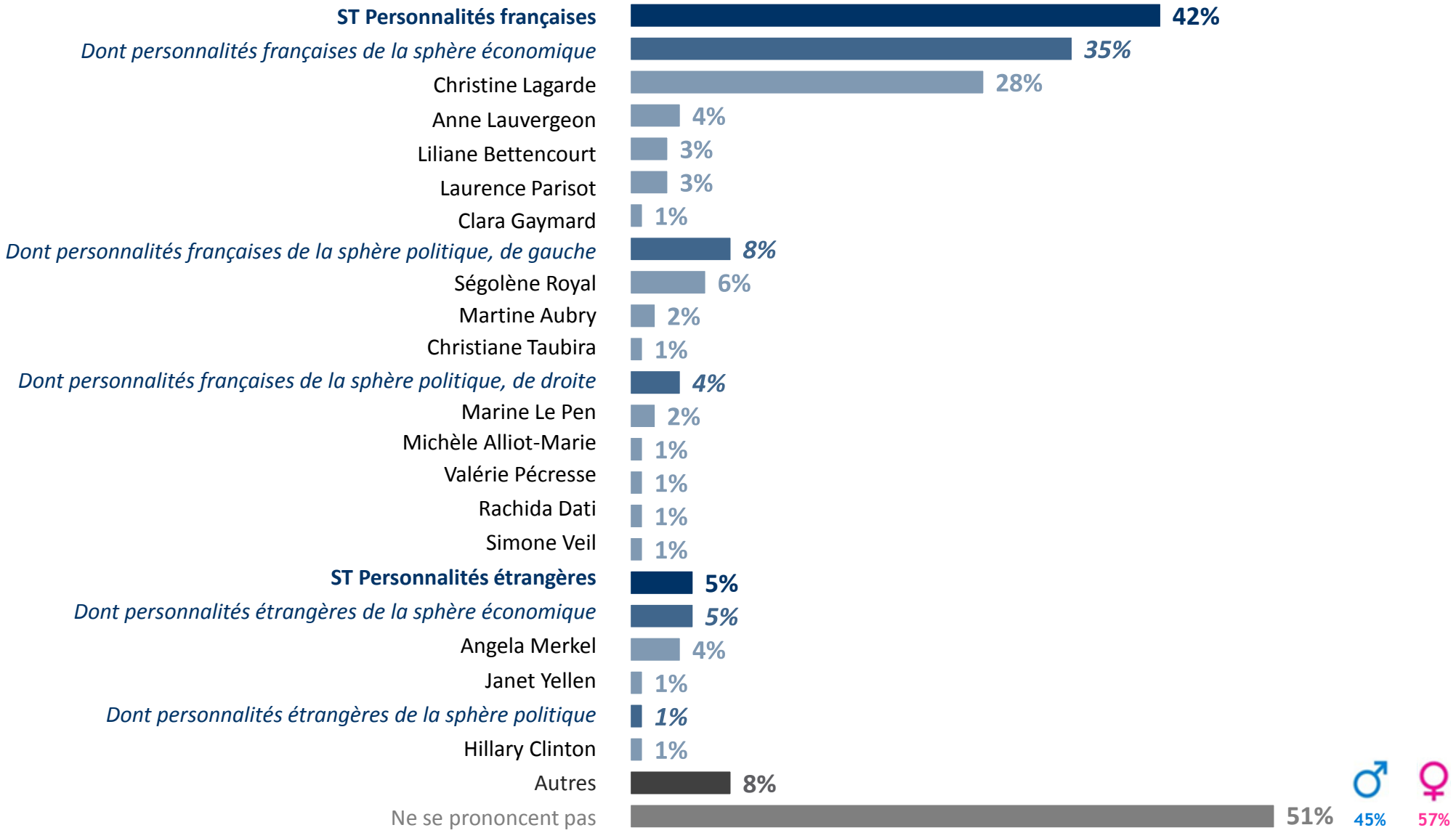
Le TOP 3 chez les femmes de 35 ans et +



La notoriété spontanée de femmes d'influence dans la sphère économique

Détail des réponses

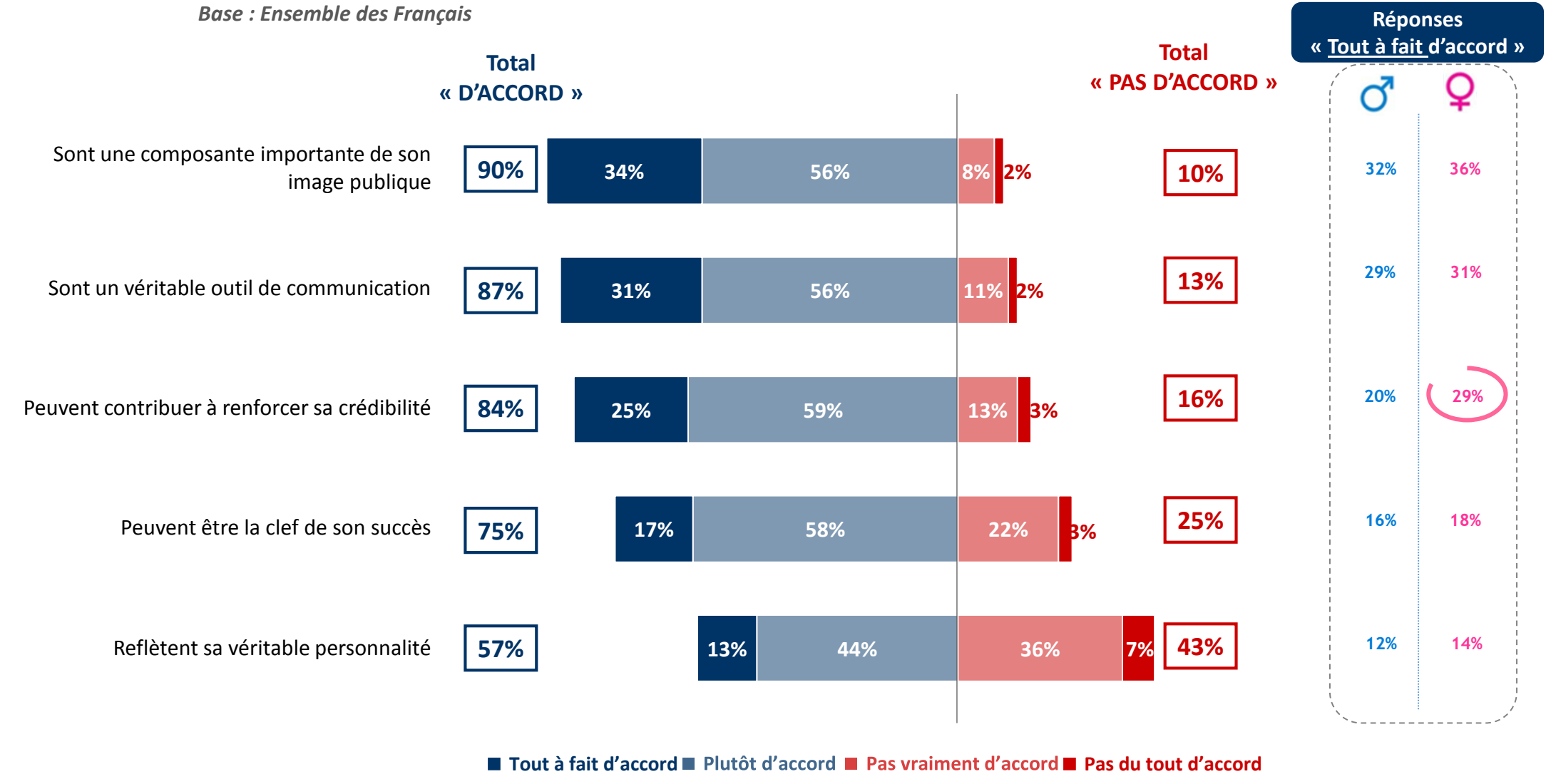
QUESTION : Quelles sont toutes les femmes d'influence dans la sphère économique que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? (Question ouverte – réponses spontanées)



Le jugement porté sur le rôle de l'apparence et du style chez un homme ou une femme d'influence

QUESTION : **Personnellement, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ? L'apparence et le style d'un homme ou d'une femme d'influence…**

Base : Ensemble des Français



3 | Les principaux enseignements

Ce qu'il faut retenir …

1 Selon une majorité relative de Français, la situation des femmes dans le monde économique et politique a globalement stagné au cours des cinq dernières années

Les Français dressent un bilan en demi-teinte de l'évolution de la situation des femmes dans la sphère économique et politique au cours des cinq dernières années.

Une majorité relative (45%) considère qu'au cours des cinq dernières années, l'accès des femmes aux fonctions politiques s'est amélioré, tandis que 39% jugent que leur situation a stagné et 16% qu'elle s'est dégradée.
Il faut dire qu'aujourd'hui, toutes les élections sont concernées par des mesures législatives visant à faire progresser la représentation paritaire des hommes et des femmes. Ainsi, le principe d'«*égal accès des femmes et des hommes aux mandats électoraux et fonctions électives* » a été proclamé par la loi constitutionnelle du 8 juillet 1999, puis inscrit à l'article 1er de la Constitution en 2008. Plus récemment, le fait que depuis les élections municipales de 2014 la plus grande ville de France soit désormais dirigée par une femme, et que depuis les dernières élections départementales, la parité soit totalement respectée dans les Conseils Généraux, peuvent également permettre d'expliquer cette perception.

En revanche, dans les autres domaines testés, le sentiment selon lequel la situation des femmes a stagné au cours des cinq dernières années prédomine, même si une minorité non négligeable, entre 22% et 34% selon les items, a constaté une amélioration.
Ainsi, 49% des personnes interrogées jugent que la situation des femmes a stagné dans le domaine de l'accès à des postes de direction dans l'administration publique, tandis que 34% considèrent qu'elle s'est améliorée et 17% qu'elle s'est détériorée.

De même, la situation des femmes en matière d'accès à des postes de direction dans les entreprises privées a stagné aux yeux de 51% des Français; pour 30% d'entre eux, elle s'est améliorée et 19% jugent qu'elle s'est détériorée. Ainsi, en dépit de l'adoption en 2011 de la loi Copé-Zimmermann, introduisant des quotas pour la mixité dans les conseils d'administration, les Français considèrent que la féminisation des instances dirigeantes en entreprise est encore loin d'être achevée.

Ce qu'il faut retenir …

1 Selon une majorité relative de Français, la situation des femmes dans le monde économique et politique a globalement stagné au cours des cinq dernières années (suite)

Dans un contexte marqué par une forte hausse du chômage, près d'une personne sur deux (47%) juge que la situation des femmes en matière d'accès à l'emploi a stagné.
Enfin, près de 6 personnes sur 10 (57%) considèrent n'observent aucune évolution dans le domaine de l'égalité salariale entre hommes et femmes, tandis que 22% notent une amélioration et 21% une dégradation.

Notons que sur l'ensemble de ces indicateurs, les hommes émettent un jugement sensiblement plus optimiste et positif que les femmes, la proportion d'hommes jugeant que la situation s'est améliorée dans chacun des domaines évoqués étant supérieure de 9 à 17 points par rapport aux jugements des femmes, plus réservées sur ce sujet.

Ce qu'il faut retenir …

2 Si l'influence actuelle des femmes dans les sphères culturelle et médiatique apparaît de manière assez nette aux yeux des Français, ces derniers peinent à associer des figures féminines à la sphère économique et financière

Aux yeux des personnes interrogées, l'influence exercée par les femmes varie sensiblement d'une sphère à l'autre.
L'influence des femmes est ainsi reconnue par une large majorité de Français dans les sphères culturelle (87%, dont 34% « tout à fait ») et médiatique (84%, dont 32% « tout à fait ») et, dans une moindre mesure, dans les sphères scientifique (71%) ou politique (66%).
Ils portent en revanche un regard plus partagé s'agissant des domaines de l'économie et de la finance, dans lesquels respectivement 59% et 53% des Français considèrent que les femmes exercent aujourd'hui une influence.
Notons que les hommes se montrent systématiquement plus positifs que les femmes quant à l'influence féminine exercée au sein des sphères évoquées (les écarts oscillant entre 4 et 7 points selon les domaines considérés).

Lorsque l'on invite les Français à citer spontanément les noms de femmes d'influence dans la sphère économique, leur réponses reflètent leur relative difficulté à associer des figures féminines à la sphère économique. En effet, la moitié (51%, et même 57% des femmes) ne sont en mesure de citer aucune personnalité.
Hormis celui de la présidente du FMI et ancienne ministre de l'Economie Christine Lagarde (28%), aucun nom n'émerge véritablement, Ségolène Royal (qui de surcroît est une personnalité de la sphère politique) occupant la seconde position avec seulement 6% des citations, tandis qu'Angela Merkel et Anne Lauvergeon se partagent la troisième place, avec 4% des citations.

Ce qu'il faut retenir …

3 **Une adhésion très majoritaire à l'idée que des femmes accèdent à des postes à responsabilité dans la sphère politique et même économique**

84% des Français se déclarent montrent indifférents au fait d'être encadrés par un homme ou par une femme. A l'opposé, 11% préfèreraient que leur supérieur soit un homme et 5% choisiraient une femme.
Si au global les réponses varient peu selon que l'on soit soi-même un homme ou une femme, on notera que 15% des femmes de plus de 35 ans préfèreraient que leur supérieur hiérarchique soit un homme et que seulement 3% choisiraient une femme, les plus jeunes se détachant davantage de ce cliché traditionnel.

De la même façon, les Français verraient d'un œil plus bienveillant encore l'accession d'une femme à la plus haute fonction de l'Etat : ainsi, 92% se déclarent favorables à l'idée qu'une femme devienne président de la République; parmi eux, 40% y sont même « tout à fait » favorables.
Ce score apparaît stable depuis 1988 (où la proportion de Français favorables à l'idée qu'une femme devienne présidente de la République s'établissait à 91%), contre 52% en 1972 (soit deux ans avant qu'Arlette Laguiller ne soit la première femme à se présenter à l'élection présidentielle) et 18% en 1946 (deux ans après que le droit de vote ait été accordé aux femmes).
On observe que les femmes se montrent plus favorables que les hommes l'accession d'une femme à la fonction de président de la République (95%, contre 90% des hommes) ; de même, on note une adhésion plus large parmi les sympathisants de gauche que de droite (98%, contre 89% des sympathisants de droite).

Ce qu'il faut retenir …

4 **Pour les Français, l'apparence et le style jouent un rôle de première importance dans la stratégie de « marketing de soi » des personnes d'influence**

Les Français apparaissent pleinement conscients du rôle que peuvent aujourd'hui jouer le style et l'apparence chez un homme ou une femme d'influence.
Ainsi, **90% d'entre eux considèrent que ces éléments constituent une composante importante de son image publique**, 34% étant même « tout à fait » d'accord avec cette affirmation.
De plus, 87% jugent que l'apparence et le style sont un véritable outil de communication; dès lors, il est peu surprenant de constater que seulement 57% des répondants pensent que l'apparence et le style des personnes d'influence reflètent leur véritable personnalité.

Conscients du fait que le style et l'apparence font partie intégrante des stratégies de communication des personnes d'influence, les Français se montrent par ailleurs très largement convaincus de leur impact : en effet, 84% d'entre eux (dont 25% « tout à fait ») estiment que ces éléments peuvent contribuer à renforcer la crédibilité d'une personne d'influence, et 75% vont même jusqu'à affirmer que cela peut être la clef de leur succès.

Soulignons que les femmes se montrent systématiquement plus nombreuses que les hommes à se dire « tout à fait » d'accord avec les affirmations testées; en particulier, 29% d'entre elles (contre 20% des hommes) considèrent que le style et l'apparence peuvent « tout à fait » contribuer à renforcer la crédibilité d'une personne d'influence.

Ce qu'il faut retenir … Du côté des hommes.

Les indicateurs sur lesquels les opinions des hommes rejoignent celles des femmes…

❑ **Une très forte adhésion à l'idée de voir une femme accéder à des postes à responsabilité, y compris au sommet de l'Etat.**

- **Chez les hommes comme chez les femmes, le sexe de son supérieur hiérarchique laisse majoritairement indifférent**. Seulement 10% des hommes préfèreraient que leur supérieur hiérarchique soit également un homme (soit 2 points de moins que chez les femmes).
- **Neuf hommes sur dix (90%) se déclarent favorables à ce qu'une femme devienne Président de la République** (contre 95% des femmes).

❑ **Des difficultés à associer des figures féminines à la sphère économique …**

- Invités à citer spontanément des noms de femmes d'influence dans la sphère économique, les hommes éprouvent comme les femmes des difficultés à identifier des figures incontournables, et près d'un homme sur deux (45%, contre 57% des femmes) n'est en mesure de citer aucun nom.

❑ **… la culture et les médias étant - de loin - perçues comme les principales sphères d'influence des femmes**

- **Interrogés sur l'influence féminine exercée dans différentes sphères, les hommes dressent la même hiérarchie que les femmes**, désignant la culture et les médias comme les deux principales sphères d'influence des femmes, tandis que l'économie et la finance ferment la marche.
- **Notons cependant que la proportion de répondants jugeant que les femmes exercent une influence dans les différentes sphères apparaît systématiquement plus élevée au sein de la gent masculine** : par exemple, 75% des hommes considèrent que les femmes sont influentes dans les sciences, une opinion partagée par 68% des femmes.

Les indicateurs sur lesquels les opinions des hommes et des femmes divergent…

❑ **Une vision nettement plus optimiste de l'évolution de l'accès des femmes à l'emploi et à des postes à responsabilité, qui dénote une moindre perception des inégalités**

De fortes différences de perceptions se font jour dans plusieurs domaines :

- **L'accès à l'emploi pour les femmes** : si 37% des hommes ont perçu une amélioration dans ce domaine au cours des cinq dernières années, seulement des 20% femmes partagent cette opinion
- **L'égalité salariale** : les hommes apparaissent deux fois plus nombreux que les femmes (30% contre 13%) à considérer que l'égalité salariale a progressé au cours des cinq dernières années
- **L'accès des femmes à des postes à responsabilité** dans l'administration publique : quatre hommes sur dix (contre 27% des femmes) estiment que la situation s'est améliorée au cours des cinq dernières années. Le même constat prévaut s'agissant de l'accès à des postes à responsabilité en entreprise, un domaine dans lequel 39% des hommes (contre 22% des femmes) considèrent que la situation s'est améliorée au cours des cinq dernières années.

❑ **Une moindre importance conférée au style et à l'apparence des femmes et hommes d'influence.**

- 20% des hommes se disent « tout à fait d'accord » avec l'affirmation selon laquelle l'apparence et le style d'un homme ou d'une femme politique peut renforcer sa crédibilité, un point de vue partagé par 29% des femmes. Un décalage qui semble indiquer que les femmes, beaucoup plus que les hommes, ont intériorisé le fait d'être jugées sur leur apparence…