

KANTAR



Quelle évolution de la mixité dans le secteur automobile avec la crise?

12^{ème} édition

WAVE : Women And Vehicles
in Europe du baromètre Kantar



Méthodologie



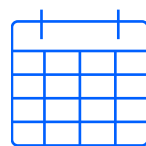
Echantillon

Professionnels de l'automobile et abonnés à la newsletter autoactu.com
226 répondants dont 137 hommes (61%) et 89 femmes (39%)



Recueil

Questionnaire online diffusé auprès des abonnés à la newsletter autoactu.com et sur LinkedIn



Terrain

Du 25/03/2021 au 16/04/2021



Etudes de référence Kantar

- Observatoire International des salariés – 2019
- Reykjavik Index for leadership 2021

Benchmark
tous secteurs



1 Les femmes dans l'automobile



Des femmes plus jeunes en moyenne, mais près de 80% d'entre elles sont dans le secteur automobile depuis au moins 10 ans

Age moyen 

 45 ans

 51 ans

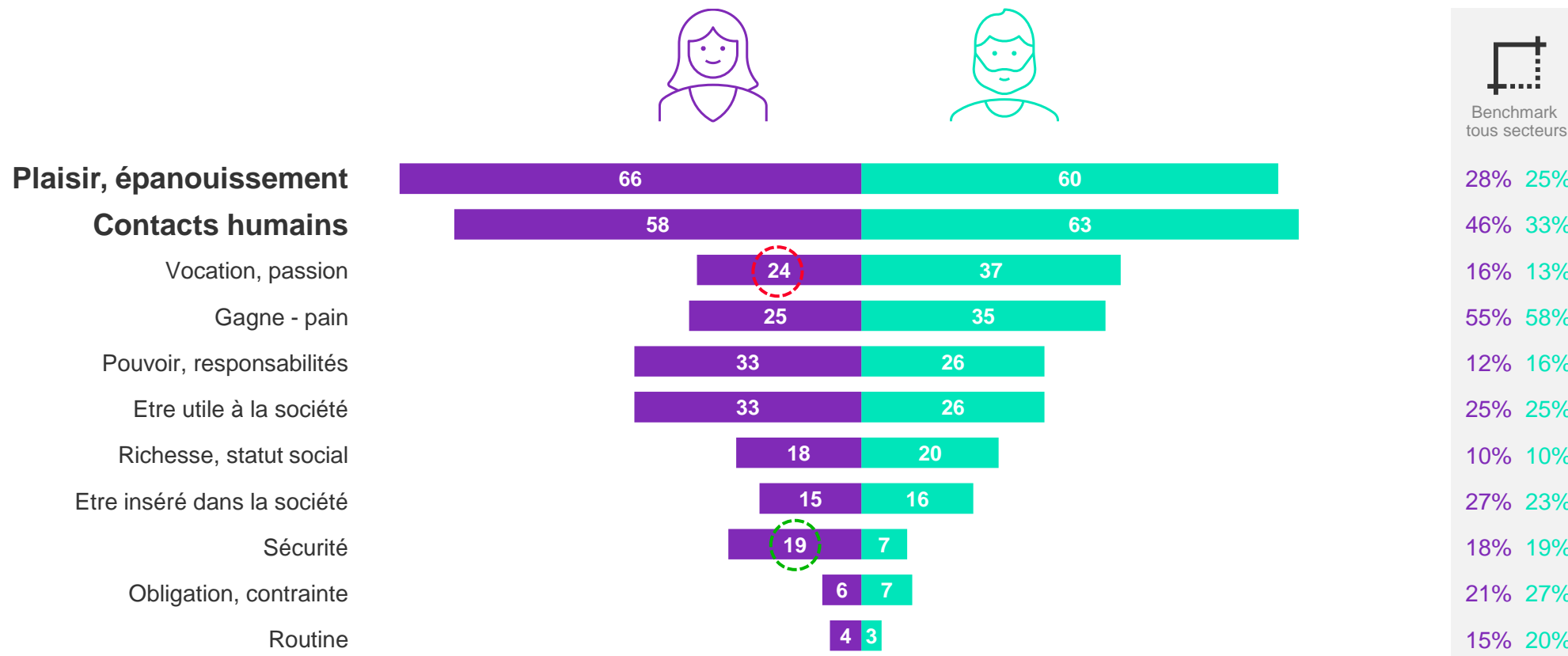
Expérience du secteur auto 

Expérience	Femmes (%)	Hommes (%)
< 3 ans	7%	3%
3-5 ans	3%	2%
5-10 ans	15%	8%
10-20 ans	31%	12%
> 20 ans	44%	74%



% / % Significativement supérieur / inférieur aux hommes

Le travail est avant tout un plaisir et un épanouissement, bien qu'il représente moins une passion pour les femmes que pour les hommes



Quels sont dans la liste suivante les 3 mots qui correspondent le plus à ce que représente pour vous le travail ?

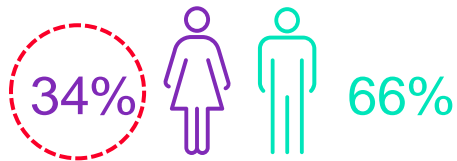
/ Significativement supérieur / inférieur aux hommes

En effet, l'automobile est d'abord un choix de "cœur" pour les hommes alors qu'il est plutôt le fruit du hasard pour les femmes



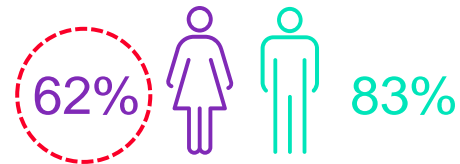
Pour vous travailler dans le secteur automobile c'est à l'origine ?

 **Un choix délibéré car vous affectionnez particulièrement ce secteur**



Vous intéressez vous à l'automobile en dehors de votre travail ?

"Oui"



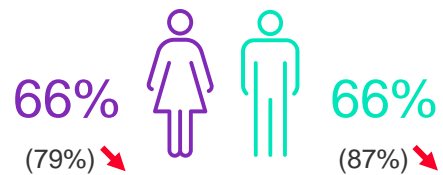
 /  Significativement supérieur / inférieur aux hommes

Les femmes sont néanmoins de fortes promotrices du secteur automobile. Cependant, les hommes et femmes sont moins nombreux à recommander le secteur qu'en 2019



Recommanderiez-vous une carrière en automobile à des nouveaux entrants sur le marché du travail ?

“Certainement” ou “probablement”



(XX%) Résultat 2019 – Significativement supérieur / inférieur à 2019  

En cause; l'évolution du secteur et l'incertitude qui en découle, mais aussi la pression et, pour les femmes, le manque de mixité



Quelles sont les **principales difficultés** rencontrées pour les personnes travaillant dans le secteur automobile?

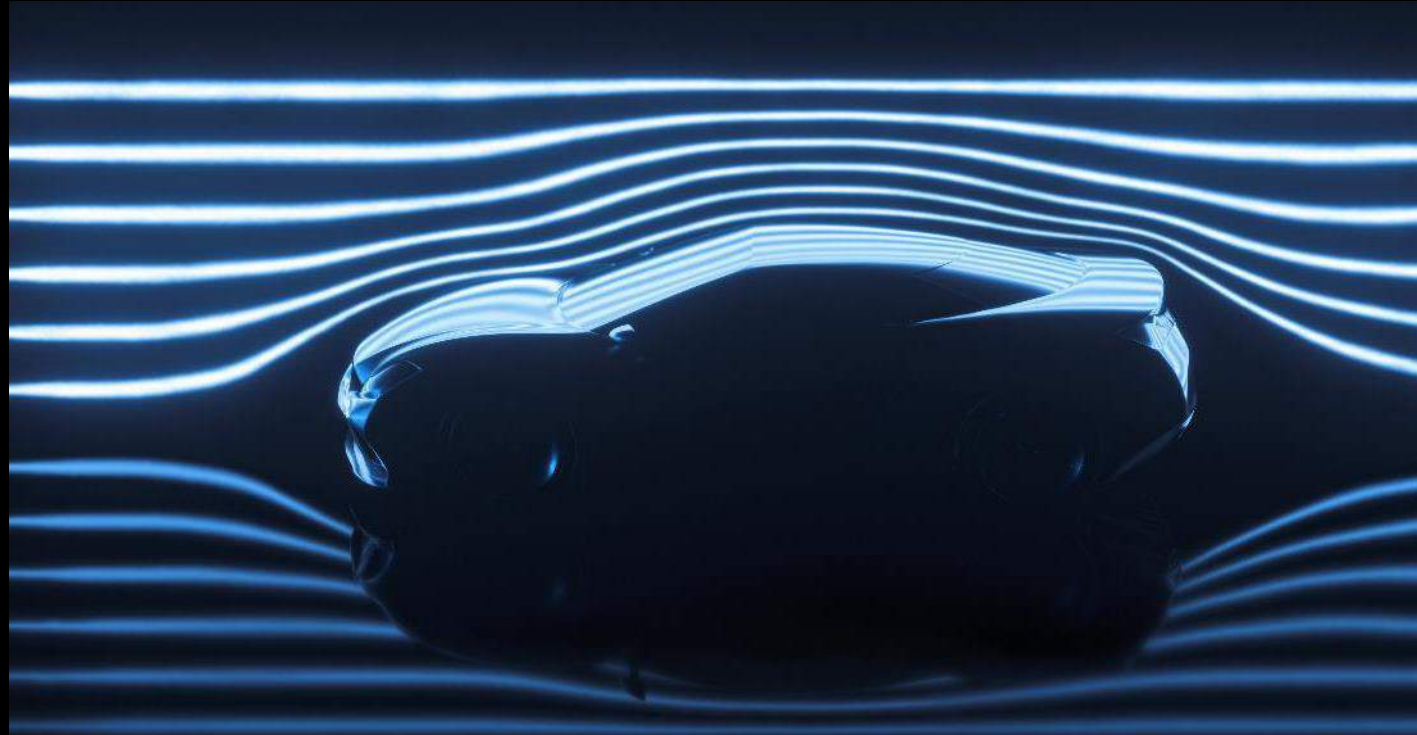


- ☞ Milieu très masculin, il faut se faire une place en tant que femme
- ☞ Pas forcément un secteur d'avenir au vue des changements sociétaux
- ☞ Pression sur le court terme de très haut niveau qui ne permet pas toujours de préparer le futur, primordial pour que le secteur soit pérenne

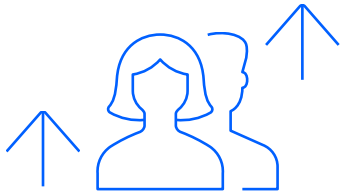
- ☞ Monde en mutation où la passion n'a plus de place
- ☞ C'est un secteur qui est fini. Il sera remplacé dans le cadre d'une destruction créatrice par d'autres formes de mobilités portées par de nouveaux acteurs

2

Des inégalités qui
se creusent avec
la crise



Des inégalités qui se creusent et qui ne sont pas toujours perçues par les hommes travaillant dans le secteur



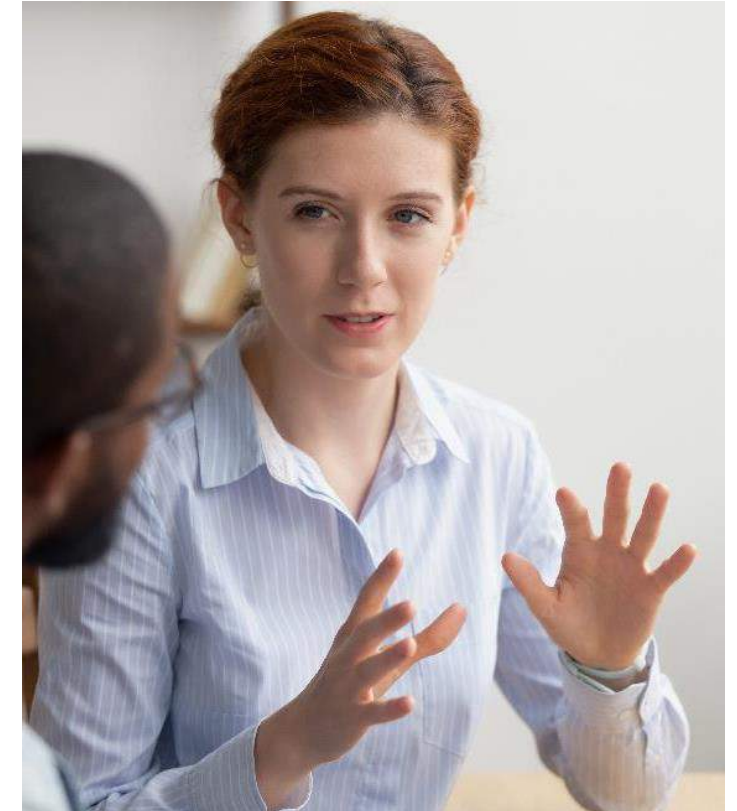
Pensez-vous que les hommes et les femmes disposent des mêmes opportunités de progression ?

“Non”



Considérez-vous que la rémunération entre hommes et femmes est la même à diplômes, compétences et postes équivalents ?

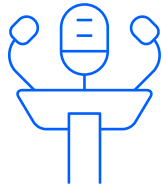
“Non”



(XX%) Résultat 2019 – Significativement supérieur / inférieur à 2019  

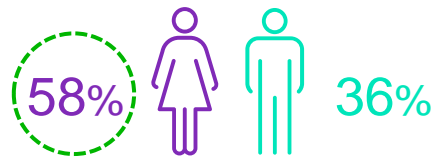
 /  Significativement supérieur / inférieur aux hommes

...Généralisant une frustration plus importante pour les femmes qui sont plus de la moitié à penser qu'elle devrait occuper un poste plus élevé et sont autant disposées que les hommes à faire des sacrifices pour cela



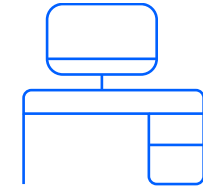
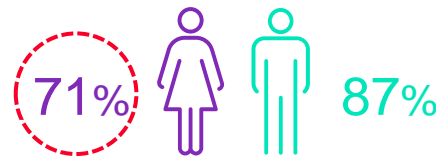
Pensez-vous que vous devriez être à un poste plus élevé ?

“Oui”

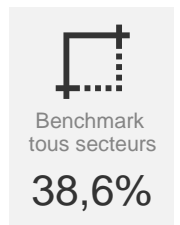
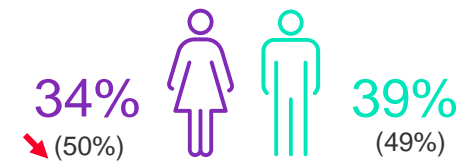


Avez-vous le sentiment que votre travail est reconnu en interne ?

“Oui”



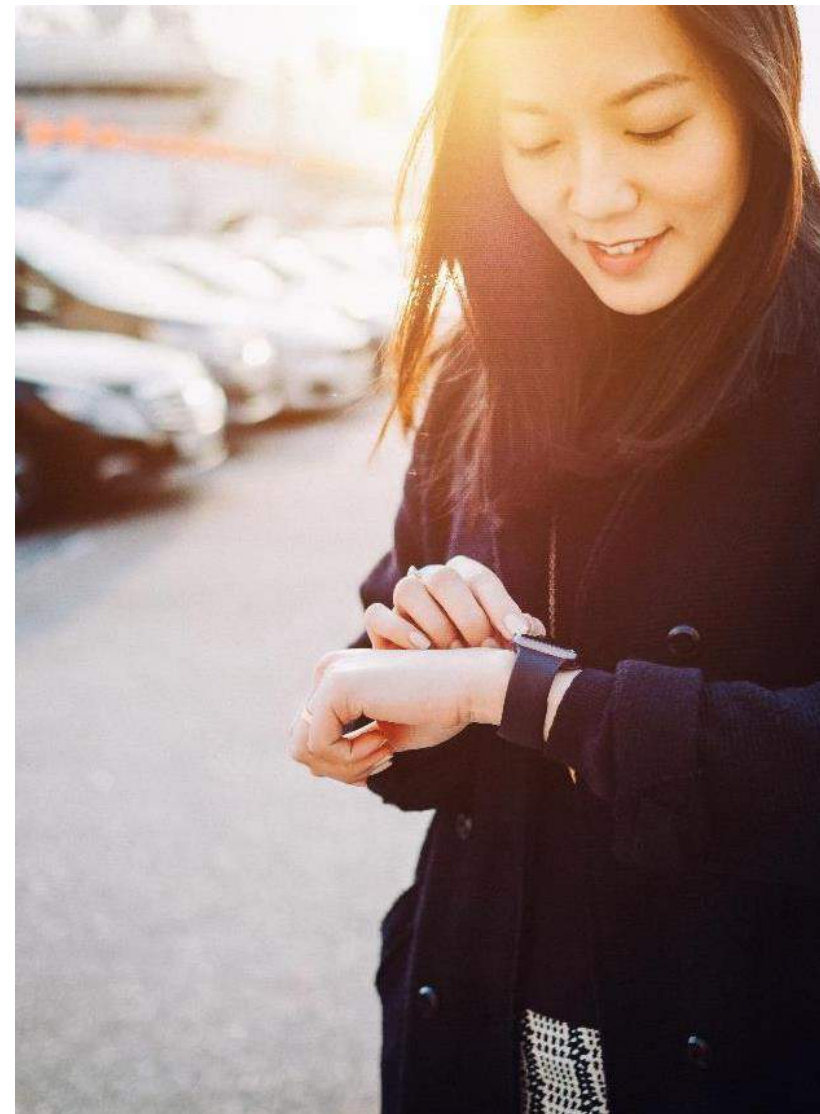
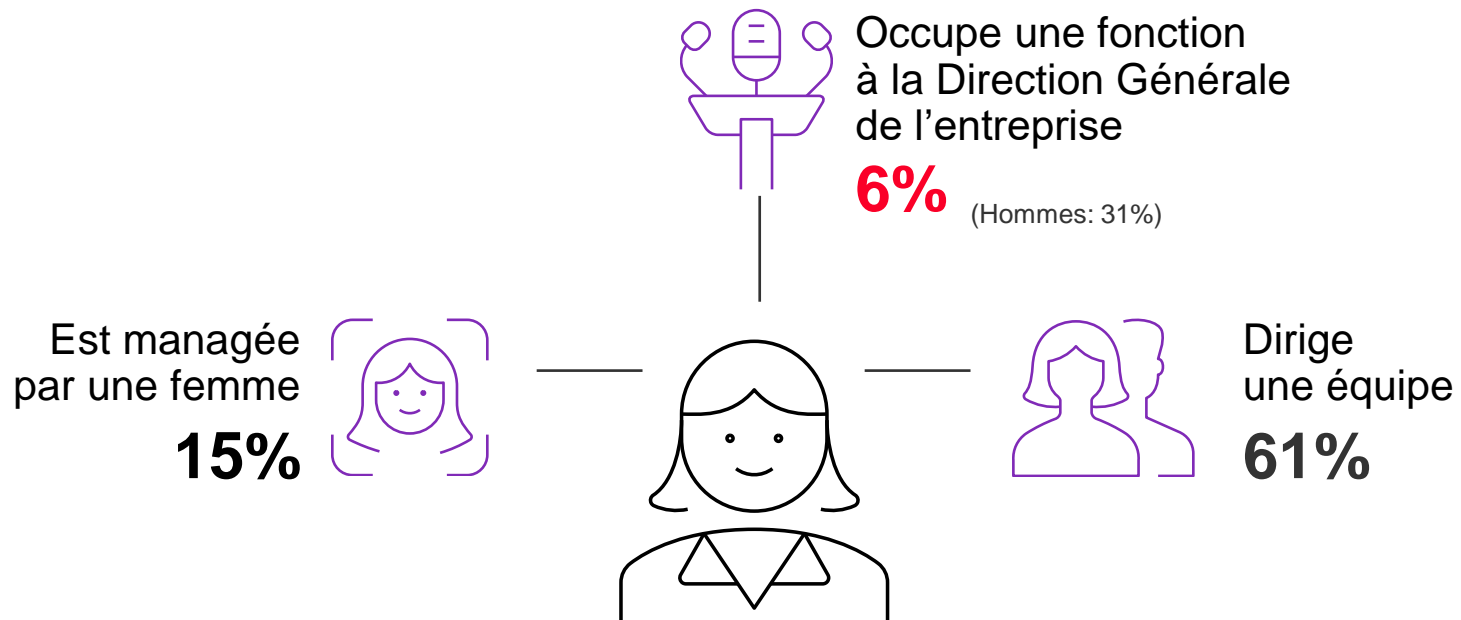
“Je suis prêt(e) à faire des sacrifices assez importants dans ma vie personnelle pour mieux réussir ma vie professionnelle”



(XX%) Résultat 2019 – Significativement supérieur / inférieur à 2019

/ Significativement supérieur / inférieur aux hommes

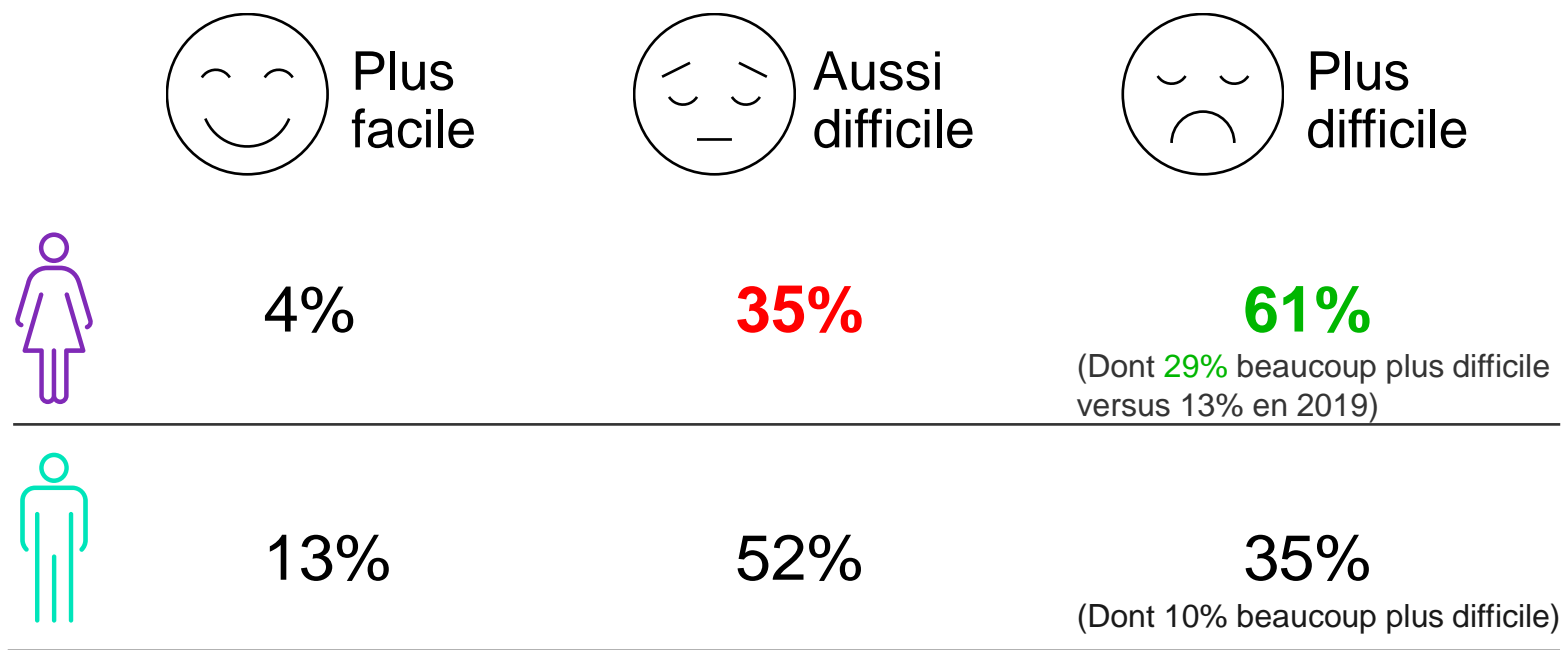
Plus qu'une perception, une réalité



Etes-vous directement dirigé(e) par? / Quel est votre fonction/service dans l'entreprise? / Dirigez-vous une équipe/ un service?
Base = Femmes

% / % Significativement supérieur / inférieur aux hommes

Et de fait, les femmes perçoivent que faire carrière dans le secteur automobile est plus difficile pour elles que pour les hommes, et plus difficile qu'en 2019...



Pour une femme, faire carrière dans le secteur automobile est...

% / % Significativement supérieur / inférieur aux hommes

Une réalité confirmée par l'Index de Reykjavik mesurant comment la société perçoit les femmes par rapport aux hommes au pouvoir

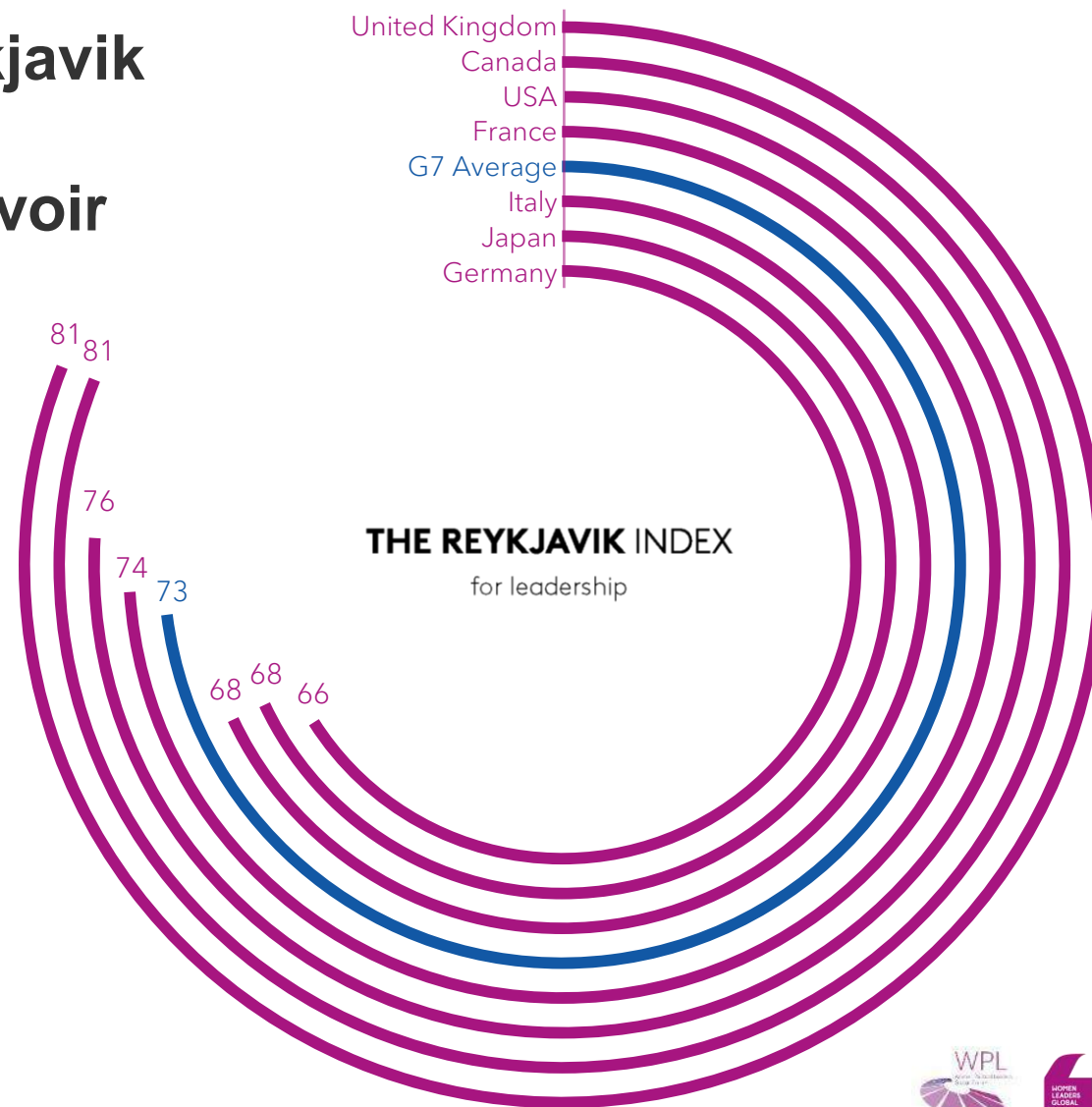
La France se situe dans la moyenne G7 alors qu'elle se situait en tête en 2019 (77, exæquo avec le Canada). Tous les secteurs sont impactés par ce recul, mais particulièrement l'automobile (66: -4 pts) : les femmes perdent en légitimité vs les hommes pour exercer des postes de pouvoir dans ces domaines.



Notre objectif est d'atteindre des scores de 100 – pour mettre tout le monde d'accord sur le fait que femmes et hommes sont tout autant aptes à occuper des postes de direction dans l'économie, ainsi qu'un signe tangible vers l'égalité au travail, au domicile et dans la société..”

Silvana Koch-Mehrin

Présidente et fondatrice de Women Political Leaders



Source : Kantar

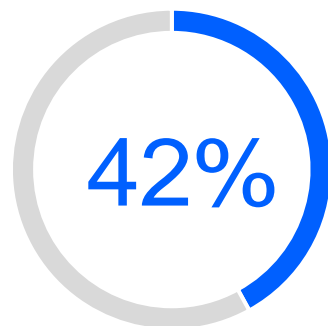
3

Transformation et
strategies post-crise:
les femmes prônent
l'agilité

Le secteur automobile est l'un des secteurs les plus touchés par la crise



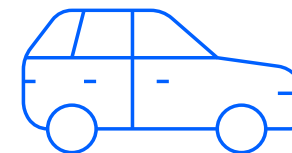
Intention de reporter ou de ne plus considérer un achat



Les personnes qui avaient l'intention d'effectuer des achats dans plusieurs catégories de biens de consommation durables et de services **reportent maintenant leur achat (27 %)** ou **ne l'envisagent plus (15 %)**.



Les secteurs du tourisme et de l'automobile sont durement touchés



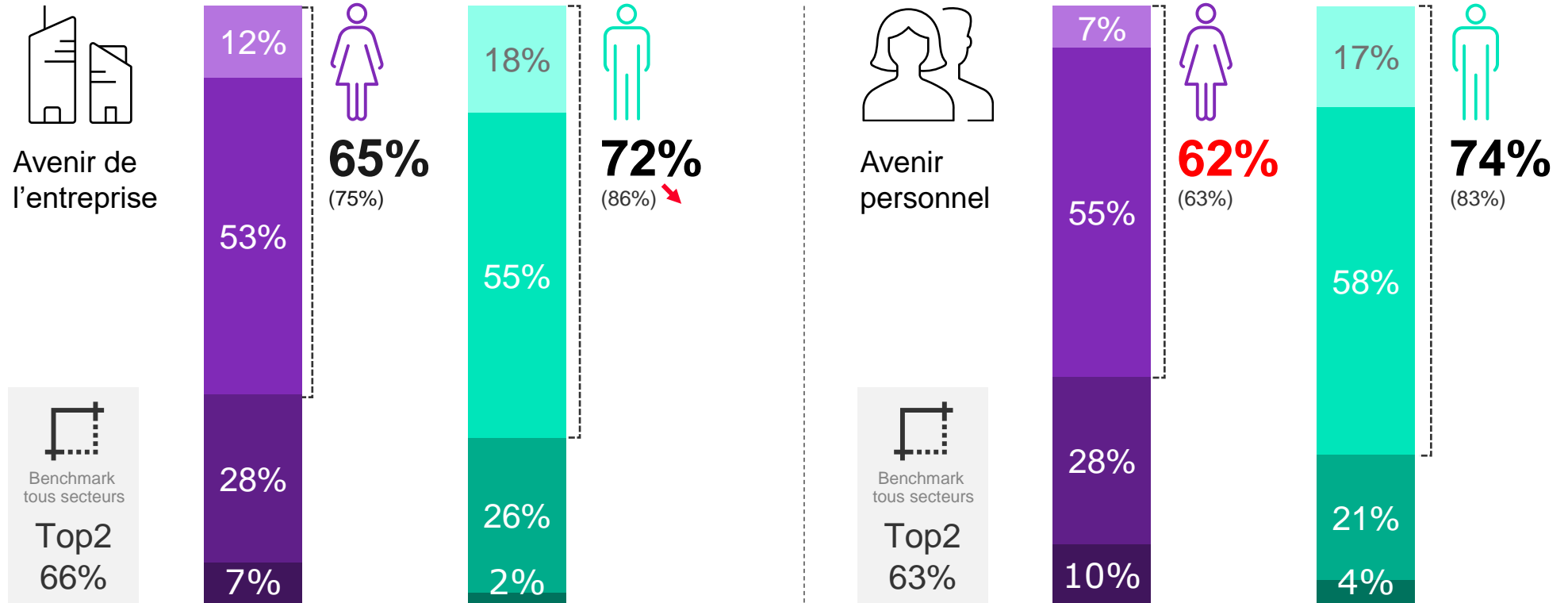
Respectivement **56% (tourisme)** et **53% (automobile)** retardent ou n'envisagent plus d'achats dans les catégories suivantes

Source: Baromètre Covid-19 Vague 8 (août 2020)

Avez-vous modifié vos projets d'achat de biens appartenant aux catégories suivantes en raison du coronavirus ?

Les femmes sont moins optimistes que les hommes en ce qui concerne l'avenir de leur entreprise mais aussi et surtout leur avenir personnel

- Très optimiste
- Plutôt optimiste
- Plutôt pessimiste
- Très pessimiste

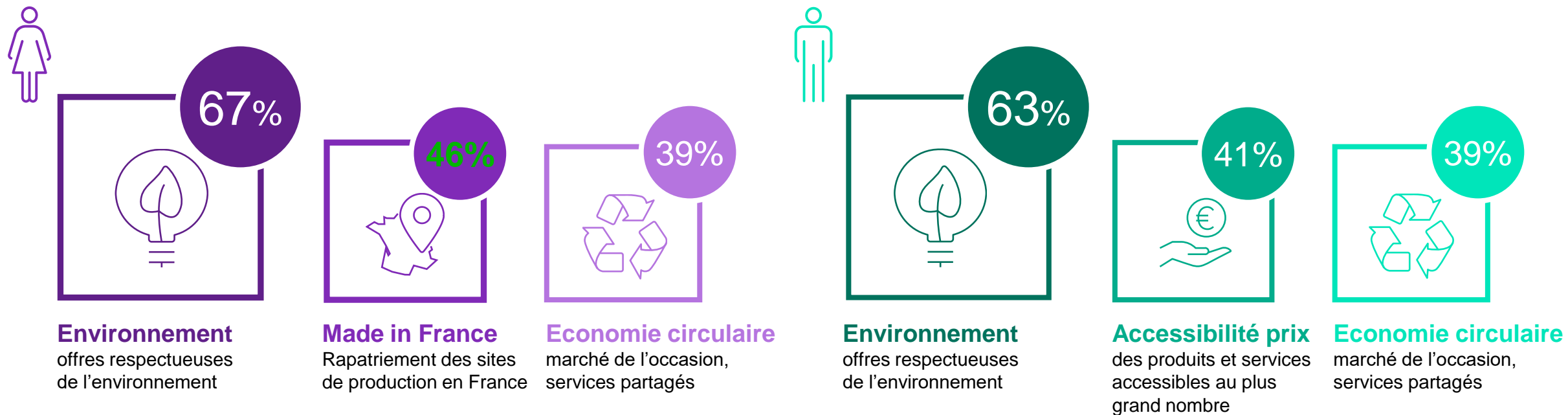


En ce qui concerne l'avenir de votre entreprise, êtes-vous...
Et en ce qui concerne votre avenir personnel au sein de votre entreprise, êtes-vous...

(XX%) Résultat 2019 – Significativement supérieur / inférieur à 2019
 / Significativement supérieur / inférieur aux hommes

L'automobile, un secteur en pleine mutation qui doit s'inspirer des tendances sociétales, en particulier de la conscience environnementale...

Tendances qui doivent inspirer les stratégies et innovations dans le secteur automobile



Parmi les tendances suivantes ; quelles sont celles qui, selon vous, doivent en priorité inspirer les stratégies et innovations dans le secteur automobile (produits ou services) ?

% / % Significativement supérieur / inférieur aux hommes

...mais aussi du nouveau rapport à la voiture en développant des services de mobilité alternatives



Y a-t-il d'autres tendances qui vous semblent clés pour inspirer les stratégies et innovations dans le secteur automobile ?

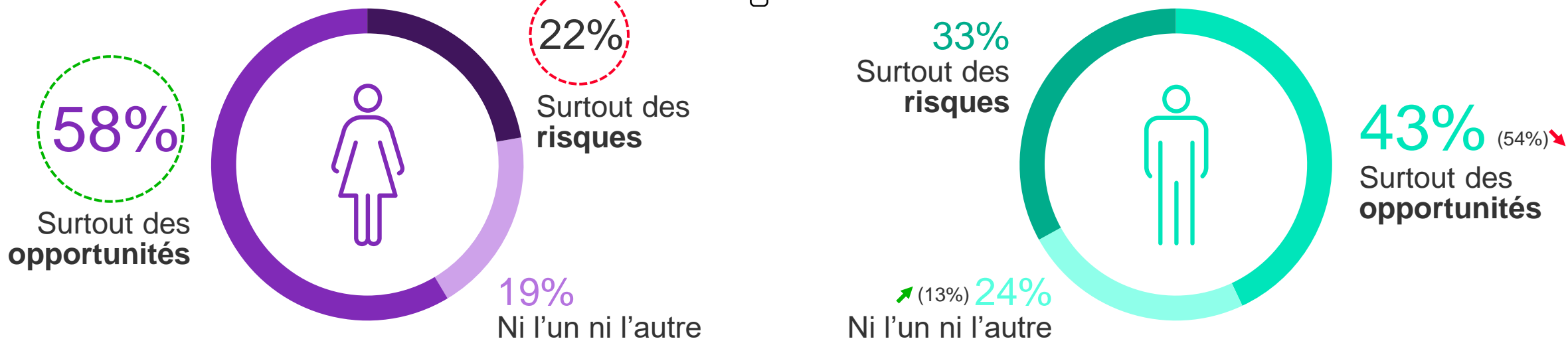
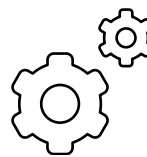


- Se diversifier en partie hors secteur auto
- évolution technologique, nouveaux modèles économiques
- Une vision plus construite de la mobilité du futur avec un plan d'action bénéfique pour tous les acteurs

- La mobilité flexible et multimodale (train-voiture(s)-trottinette électrique...).
- Maîtriser (et la route est longue) la technologie liée à l'électrification des véhicules ainsi que la chaîne d'approvisionnement, la recharge, et le traitement des énormes nouveaux déchets générés.
- Propriété de l'auto vs propriétaire de service de mobilité

Une transformation du secteur en effet perçue majoritairement comme source de nouvelles opportunités, en particulier par les femmes

Pour les employés du secteur, l'évolution de l'industrie automobile vers un **univers de service** représente...



(XX%) Résultat 2018

(XX%) Résultat 2019 – Significativement supérieur / inférieur à 2019

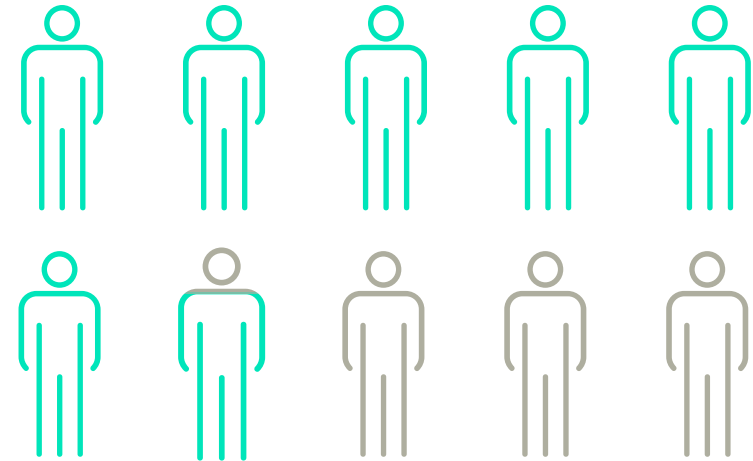
Significativement supérieur / inférieur aux hommes

La crise de la Covid-19 devrait également accélérer l'évolution des priorités stratégiques au sein des entreprises

Suite à la crise, pensez-vous que les priorités stratégiques de votre entreprise sur le long terme ont déjà ou ont besoin de changer
"Oui"



72%



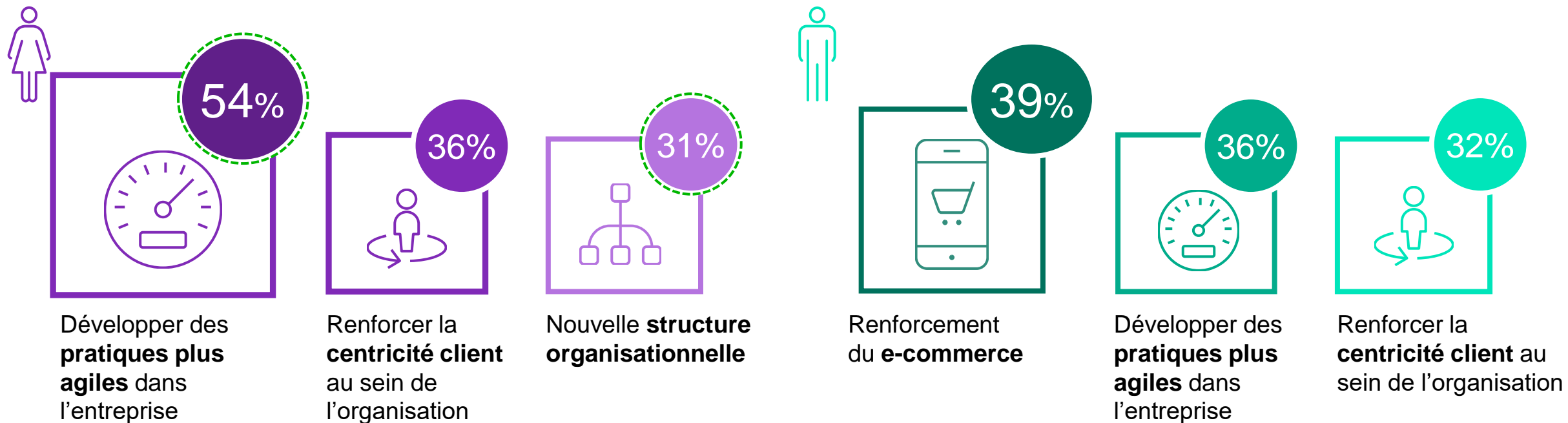
68%

Suite à la crise, pensez-vous que les priorités stratégiques de votre entreprise sur le long terme ont déjà ou ont besoin de changer ?

Source: Global Business Compass

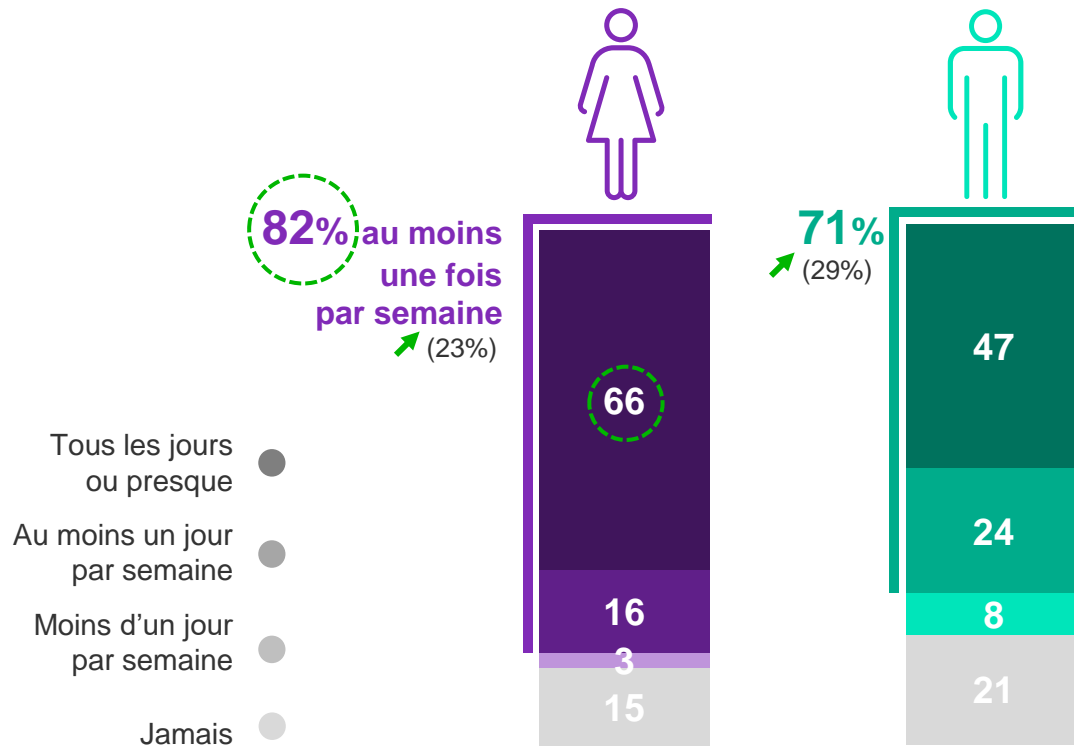
Notamment en développant des pratiques plus agiles, en renforçant le e-commerce et la centricité client

Changements stratégiques prioritaires dans l'entreprise suite à la crise



Quels sont les changements stratégiques qui vous semblent prioritaires pour votre entreprise suite à la crise ?

Avec la crise de la COVID-19, une nouvelle manière de travailler...

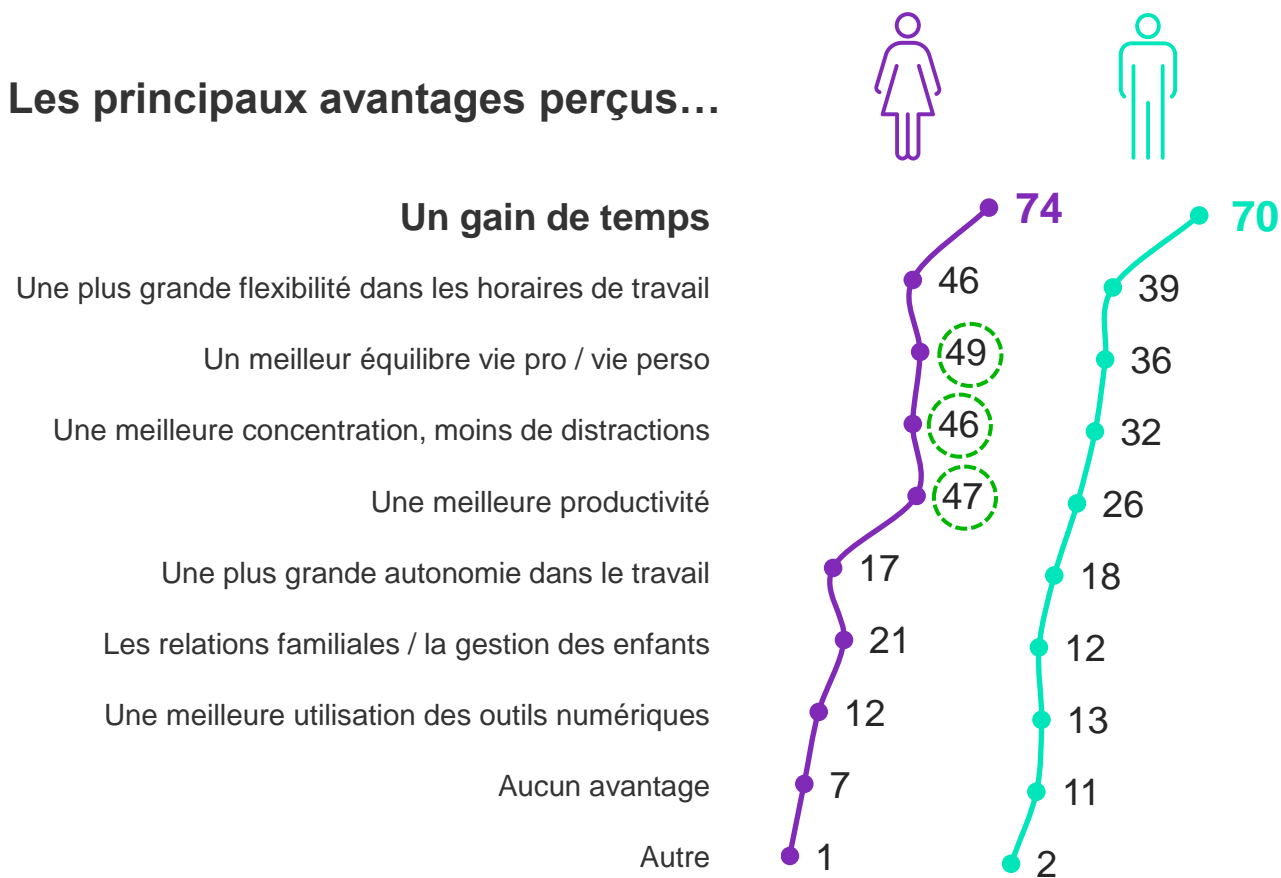


Exercez-vous actuellement tout ou partie de vos missions en télétravail ?

(XX%) Résultat 2019 – Significativement supérieur / inférieur à 2019 ↑ ↓

...que les femmes semblent mieux maîtriser que les hommes

Les principaux avantages perçus...



Quels sont les principaux avantages que vous percevez lorsque vous travaillez de chez vous ?

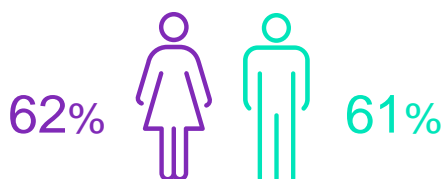
 /  Significativement supérieur / inférieur aux hommes

Enfin, bien qu'hommes et femmes soient globalement satisfaits des conditions de travail actuelles, la majorité d'entre eux souhaite être moins souvent en télétravail à l'avenir...

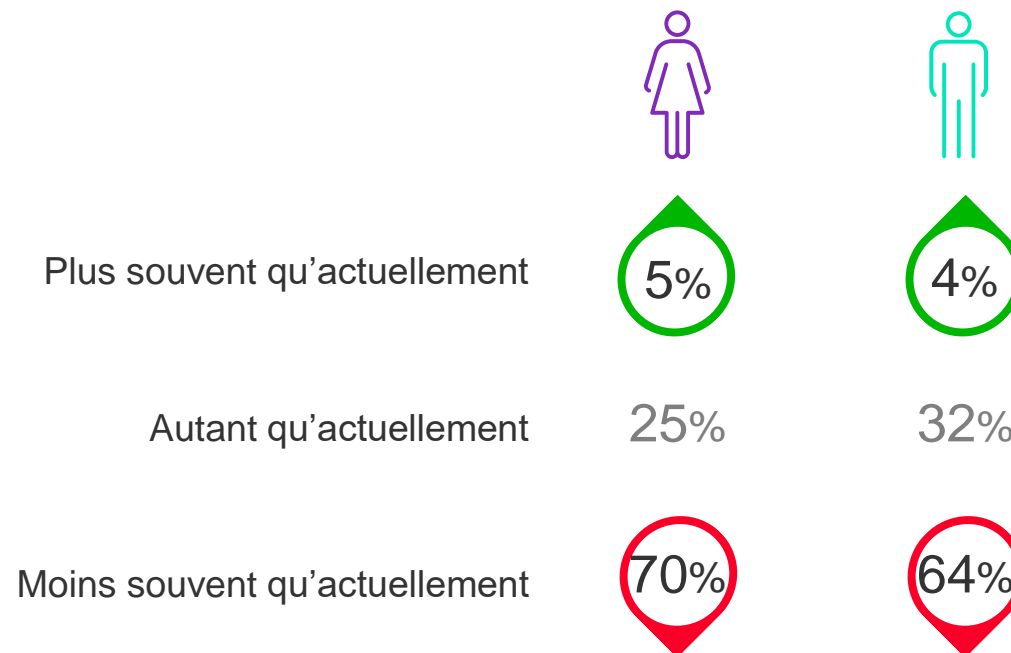


Comment jugez-vous vos conditions de télétravail actuelles ?

“Très ou relativement satisfait”



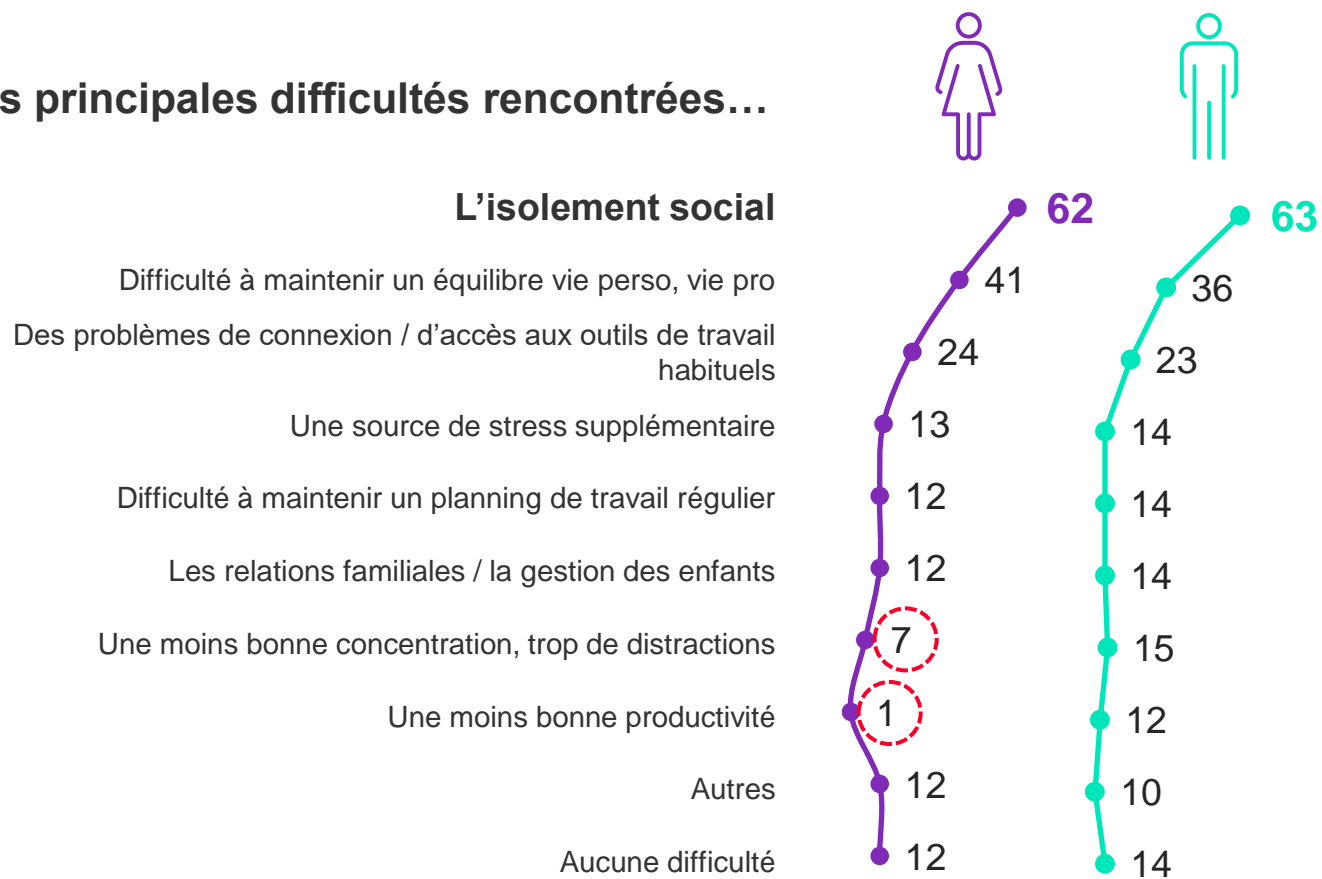
Une fois la crise passée, dans quelle mesure souhaitez-vous à l'avenir être en télétravail ?



Comment jugez-vous vos conditions de télétravail actuelles ?
Quels sont les principaux avantages que vous percevez lorsque vous travaillez de chez vous ?

...avant tout pour retrouver un lien social

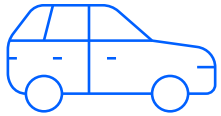
Les principales difficultés rencontrées...



Quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez lorsque vous travaillez de chez vous ?

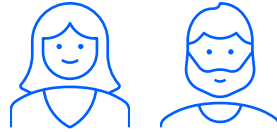
 /  Significativement supérieur / inférieur aux hommes

Conclusion



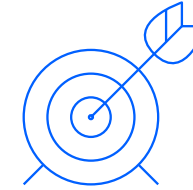
Les femmes dans l'automobile

Des femmes travaillant dans le secteur automobile plus par hasard que par vocation. Bien qu'elles en soient de fortes promotrices, elles sont moins nombreuses à le recommander qu'en 2019, regrettant notamment le manque de mixité.



Des inégalités qui se creusent avec la crise

Des inégalités qui sont creusées avec la crise et qui ne sont pas toujours perçues par les hommes. Faire carrière dans l'automobile leur paraît plus difficile qu'en 2019.

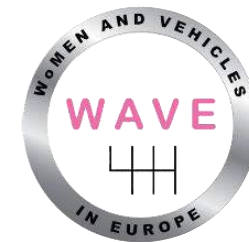


Transformation et stratégies post-crise

Un secteur en crise mais aussi en pleine transformation. Une évolution du secteur perçue plus favorablement par les femmes.

Face à la crise, elles prônent davantage que les hommes des stratégies agiles et sont deux fois plus en attentes que les hommes de nouvelles structures organisationnelles.

KANTAR



Merci



Isabelle Rio-Lopes
Isabelle.Rio-Lopes@kantat.com
0140922424

