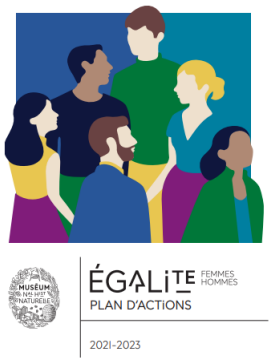
Sensibilisation autour de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes au MNHN

Etablissement public - Muséum national d'Histoire naturelle - 2021

Le



Muséum national d'Histoire naturelle vous propose de mettre en place des actions d'informations, de sensibilisation, de communication visant à promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes parmi le personnel.

Egalité - Diversité
Île-de-France
Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation

Description du projet

Ce plan d'action se déclinerait en trois axes, comme suit :
Un baromètre de l'égalité professionnelle : outil en ligne permettant de sonder les représentations relatives à l'égalité des genres et évaluer la perception des pratiques internes, afin d'envisager l'évolution des pratiques sur la durée et d'ajuster les actions à mettre en place. Cela consiste précisément à :

- Déployer un questionnaire en ligne permettant l'évaluation quantitative (questions fermées) et qualitative de la perception des agents sur la thématique de l'égalité des chances et des discriminations
- Dresser un état des pratiques et des représentations
- Identifier les enjeux clés et formuler des objectifs de sensibilisation et d'amélioration
- Déployer des actions concrètes
- Evaluer l'impact des actions mises en œuvre en reproduisant le baromètre de façon périodique.

Une action de sensibilisation aux discriminations systémiques à destination des encadrants et des agents intéressés par cette thématique, dont les objectifs sont :

- Comprendre les discriminations systémiques et les phénomènes sociologiques, institutionnels et psychologiques les générant
- Appréhender la réalité du phénomène et les enjeux
- Identifier les stéréotypes, les pratiques et les situations discriminantes
- Mettre en œuvre des bonnes pratiques favorisant l'égalité réelle et la non- discrimination

Une campagne de communication : série de portraits d'agents du Muséum, sous forme de photos et de videos, destinée à promouvoir les possibilités d'évolution professionnelles au MNHN, ouvertes à tous et toutes, et à déconstruire les stéréotypes de genre, intitulée, par exemple : « Nos métiers ne sont pas genrés ». L'idée est d'illustrer le propos à travers des personnels en actions, qui pourront être choisis en collaboration avec les managers, toujours sur l'idée de la sensibilisation aux questions de mixité, de parité et d'égalité. Ces portraits auront également pour objectifs de valoriser le travail des agents. Exemple de portraits : femmes exerçant des métiers dits « masculins » (taxidermistes, jardiniers, agents de sécurité...) hommes exerçant des métiers dits « féminins » (secrétaires, assistants, métiers « délicats » de conservation de papillons, de plantes…

Objectifs et finalités

- Permettre aux managers, aux encadrants et à tout un chacun de prendre du recul, d'analyser ses représentations et ses pratiques en matière d'égalité professionnelle, de parité, de mixité ;
- Impulser une culture de l'égalité professionnelle entre les genres au MNHN, pour permettre à chacun et chacune de s'épanouir et d'évoluer professionnellement au Muséum, quel que soit son genre ;
- Améliorer la qualité des rapports entre les agents du Muséum de manière durable et respectueuse ;
- Communiquer de façon positive sur la diversité des métiers au Muséum, ouverts à tous et toutes, sans distinction de genre ;
- Favoriser un recrutement équitable entre les genres ;
- Lutter contre une forme d'autocensure dans le choix des études supérieures et des projets professionnels.

- Créer un outil en ligne permettant de sonder les représentations relatives à l'égalité des genres et évaluer la perception des pratiques internes, afin d'envisager l'évolution des pratiques sur la durée et d'ajuster les actions à mettre en place
- Déployer un questionnaire en ligne permettant l'évaluation quantitative (questions fermées) et qualitative de la perception des agents sur la thématique de l'égalité des chances et des discriminations
- Dresser un état des pratiques et des représentations
- Identifier les enjeux clés et formuler des objectifs de sensibilisation et d'amélioration
- Déployer les actions concrètes (brochure pour 2 000 agents)
- Evaluer l'impact des actions mises en œuvre en reproduisant le baromètre de façon périodique

- Concevoir une campagne communication : série de portraits d’agents du Muséum, sous forme de photos et de vidéos, destinée à promouvoir les possibilités d’évolution professionnelles au MNHN, ouvertes à tous et toutes, et à déconstruire les stéréotypes de genre , une communication interne via le magazine « In Situ », avec un numéro spécial « Egalité Femmes-Hommes au Muséum » : affiches ; espace intranet dédié à l’égalité ; questionnaire.