etos
ÉGALITÉ, TERRITOIRES & ORIENTATION SCIENTIFIQUE
INDUSTRIE



LE GUIDE MIXITÉ



Ajuster ses pratiques pour orienter plus de femmes vers l'industrie

SOMMAIRE

INTRODUCTION ..... p. 4 - 5

LES MÉCANISMES À L'ŒUVRE ..... p. 6 - 7

FICHES PAR TYPOLOGIE D'INTERACTION ..... p. 8 - 9

VISITES D'ENTREPRISES ..... p. 10 - 11

INTERVENTIONS ET TÉMOIGNAGES ..... p. 12 - 13

ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS EN CLASSE ..... p. 14 - 15

JOB DATING / SPEED SEARCHING ..... p. 16 - 17

STAGE EN ENTREPRISE ..... p. 18 - 19

RECRUTEMENT ..... p. 20 - 22

BIBLIOGRAPHIE ..... p. 23

CONCLUSION ..... p. 24

INTRODUCTION

Aujourd'hui, les métiers de l'industrie ne comptent que 23 % de femmes. Malgré de nombreuses actions menées en matière d'orientation, cette sous-représentation persiste, en grande partie à cause de **stéréotypes tenaces.**

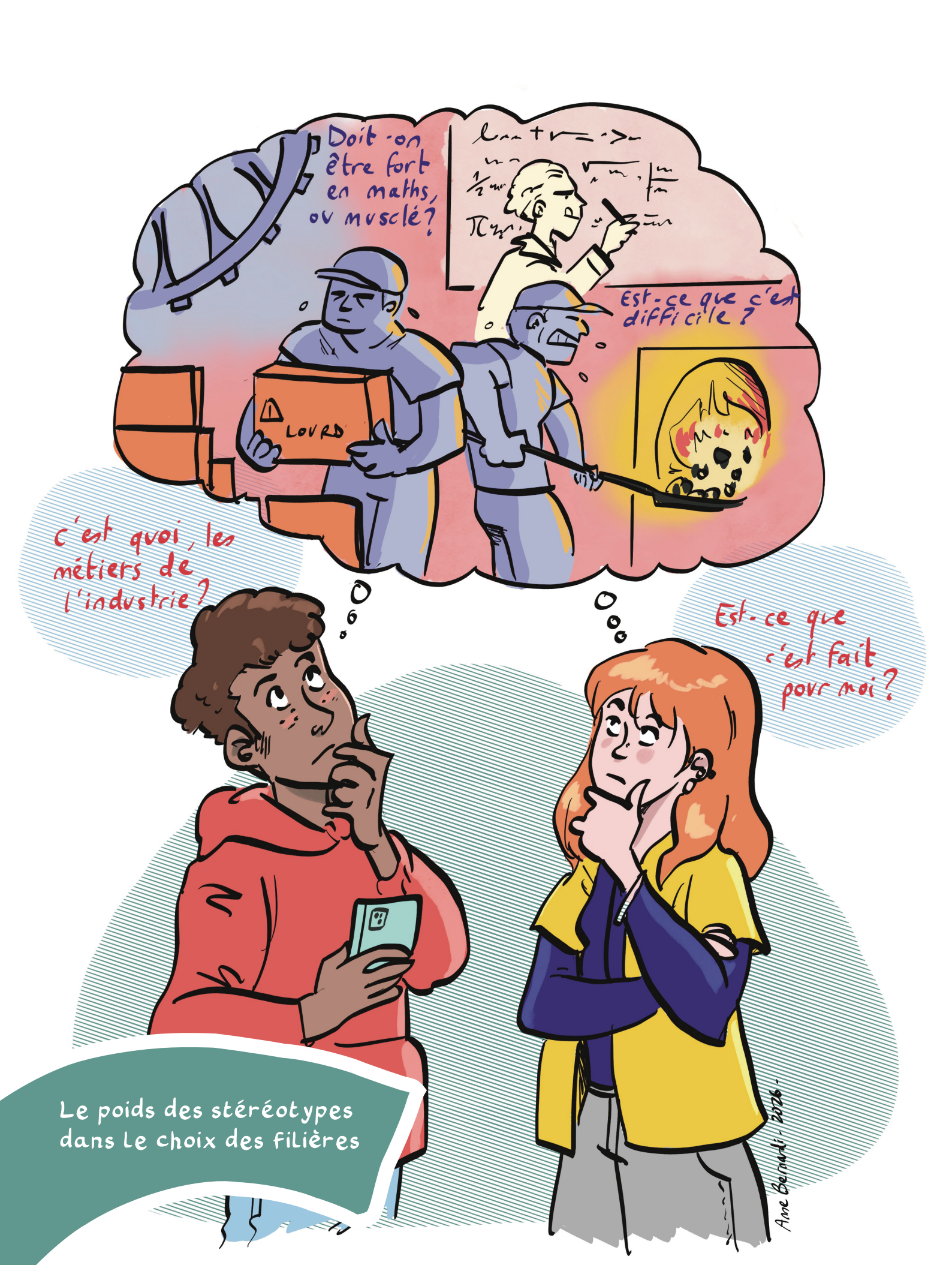
L'industrie reste souvent associée à des **images négatives** : un environnement sale, dangereux, physiquement exigeant, nécessitant de porter de lourdes charges ou susceptible d'abîmer la santé. Elle est aussi perçue comme **éloignée des sciences.**

Les enquêtes et entretiens réalisés par notre groupe de travail démontrent que ces représentations se retrouvent, chez les parents autant que leurs enfants, associées à un **intérêt limité pour ce milieu**. Une meilleure **connaissance des métiers** susciterait plus de curiosité et d'ouverture.

Il apparaît aussi que ces idées reçues pèsent particulièrement sur les filles, qui **peinent davantage à se projeter dans ces parcours et à y trouver leur place**. Manque de visibilité, stéréotypes de genre et représentations dévalorisantes des métiers s'additionnent comme autant de briques, formant peu à peu un **mur invisible** qui freine leur orientation.

Ce guide s'inscrit dans ce constat. Il vise à **mieux comprendre les mécanismes**, souvent invisibles, qui influencent les choix d'orientation (confiance en soi, sentiment de légitimité, entourage, image des métiers) et à **proposer des leviers** d'action concrets. Son ambition est d'aider les intervenantes et intervenants à retirer, une à une, les briques de stéréotypes qui composent ce mur par un **changement de posture** afin de dégager la voie et proposer un champ des possibles plus large.

SECTEUR / NIVEAU D'ÉTUDES	PART DES FEMMES	SOURCE (ANNÉE DE PUBLICATION)
Spécialités Scientifiques (Lycée)	35%	DEPP - Note d'information (2024)
Filières Pro & Techniques (Industrie)	15%	CEREQ - Enquête Génération (2023)
Écoles d'Ingénieurs	28,5%	CDEFI / IESF - Panorama (2024)
Secteur Industriel (Global)	29%	INSEE - Tableaux de l'économie française (2024)
Fonctions de Production (Usine)	18%	OPCO 2i - Portrait de branche (2024)
Postes de Direction (Industrie)	15% à 20%	HCE - Rapport annuel sur le sexisme (2025)


Doit-on être fort en maths, ou musclé?
Est-ce que c'est difficile ?
LOURD
c'est quoi, les métiers de l'industrie?
Est-ce que c'est fait pour moi?
Le poids des stéréotypes dans le choix des filières
Ane Bernardi - 2026 -

COMPRENDRE
LES MÉCANISMES À L'ŒUVRE

✱ Les stéréotypes : on en a toutes et tous

Les stéréotypes ne sont pas seulement des clichés ou des idées toutes faites.
Ce sont **des raccourcis que notre cerveau utilise pour comprendre le monde plus rapidement.**

C'est normal : ils nous aident à trier les informations et à simplifier la compréhension de notre monde qui est parfois très complexe.

Avoir des stéréotypes ne fait donc pas de nous des personnes « mauvaises » ou volontairement discriminatoires. L'important est **d'en avoir conscience** pour éviter qu'ils influencent nos jugements ou nos décisions sans que l'on s'en rende compte.

✱ En quoi les stéréotypes posent-ils problème ?

Même lorsqu'ils semblent anodins, les stéréotypes peuvent avoir des effets importants. Ils peuvent conduire à des représentations largement partagées dans la société en attribuant certaines caractéristiques ou certains rôles à un groupe de personnes comme s'ils étaient faits comme ça, naturellement. **C'est ce qu'on appelle « l'essentialisme ».**

Pour résumer, les stéréotypes :

- sont connus et partagés par tous
- semblent « naturels »
- nous disent comment nous devons être
- créent leur propre réalité

✱ Comment les stéréotypes créent leur propre réalité et s'auto-entretiennent ?

Les stéréotypes **influencent la manière dont la société fonctionne** et contribuent à maintenir certaines inégalités tout en donnant l'impression que cette organisation est naturelle et juste.

Cela se manifeste par :

L'illusion d'une complémentarité

La **prétendue complémentarité naturelle** entre les hommes et les femmes laisse croire à un monde équilibré, où chacun et chacune aurait sa place. Pourtant, cette répartition des rôles n'a rien de naturel : elle résulte d'une spécialisation imposée dès l'enfance.

Dès leur plus jeune âge, les **filles** sont encouragées à **prendre soin des autres**, à être plus **calmes**, **travailleuses** et **respectueuses** des règles tandis que **les garçons** sont incités à **prendre des risques** et à se concentrer sur **leur réussite sociale et matérielle**. Ces attentes genrées, intériorisées très tôt, perpétuent une répartition inégalitaire des responsabilités et des pouvoirs, même dans le milieu professionnel.

L'illusion d'une orientation choisie

Dès l'école, les attentes diffèrent selon le sexe : les **filles** sont plus souvent **interrogées sur le respect des règles**, tandis que les **garçons** sont davantage sollicités pour des **exercices de réflexion**. Ces pratiques éducatives contribuent à forger des profils plus **assertifs** (avoir confiance en soi, s'imposer, avoir de l'ambition...) chez les garçons et plus **normatifs** scolairement chez les filles (s'appliquer, faire du travail soigné, être à l'écoute des autres...).
Par ailleurs, la représentation des compétences requises pour certains métiers reste fortement genrée. Une fille qui s'oriente vers un domaine traditionnellement masculin peut

ainsi intérioriser l'idée qu'elle devra **redoubler d'efforts pour prouver sa légitimité**. Autre exemple, certains garçons en difficulté scolaire se voient parfois orientés vers des filières techniques, **perçues comme des « voies de garage »**, alors que ces domaines exigent des compétences scientifiques réelles. Cette croyance en une prédisposition naturelle des garçons pour ces métiers peut aussi dissuader les filles, pourtant bonnes en sciences, de s'y engager.

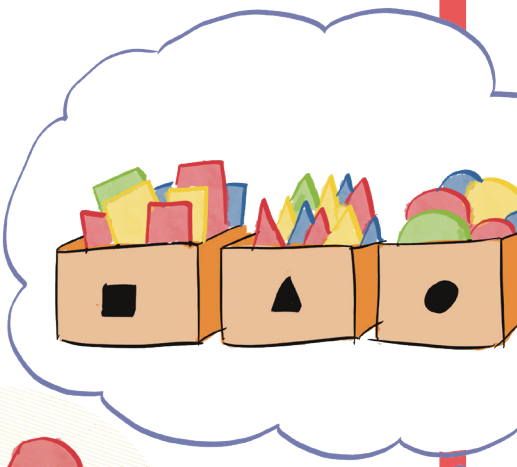
Enfin, les **filières** attirant plus de garçons peuvent apparaître **excluantes pour les filles** renforçant ainsi les cercles vicieux des choix professionnels.

Face à cette réalité, les personnes chargées d'informer ou d'accompagner les jeunes, dont l'un des objectifs est de les guider vers des métiers épanouissants, peuvent être amenées à les **guider vers des filières plus en adéquation avec les supposés traits de personnalité, perpétuant les inégalités.**

L'illusion d'un manque d'intérêt

À force d'être exposés aux stéréotypes, les jeunes peuvent les **intérioriser** et se comporter en fonction de ce que **la société attend d'eux**. Cela mène aussi à du stress, à la **peur de les confirmer**. Par exemple, les filles auront d'autant plus peur durant un examen de maths à cause des stéréotypes à leur encontre et risquent d'autant plus d'échouer.
Autre exemple, les filles écarteront d'autant plus vite la découverte de l'industrie à cause des stéréotypes liés à un secteur plutôt masculin.
Pour se protéger, la personne peut se dire que ce domaine ne l'intéresse pas ou n'est pas important pour elle. **Cette façon de préserver son estime de soi efface totalement la motivation.**
À tort, on en conclut que les filles auraient une tendance naturelle à ne pas s'intéresser aux sciences et à l'industrie !

> Notre cerveau simplifie les informations complexes et peut malencontreusement classer dans la même case des éléments très différents.







Ce guide cherche à la fois à prendre en compte la réalité façonnée par les stéréotypes, tout en contribuant à les faire évoluer.

FICHES PAR TYPOLOGIE D'INTERACTION

Il existe **différentes formes d'interventions** visant à faire connaître les métiers de l'industrie, à sensibiliser les jeunes, à les accompagner dans leur orientation et à les recruter.
Ces interventions peuvent s'inscrire dans des formats de **durée variable**. Or, le temps, quand il est restreint, **peut favoriser l'activation de postures ou de représentations stéréotypées**.
Ces fiches ont donc pour objectif **d'identifier les risques** que chaque type d'interaction peut comporter et de vous proposer des **préconisations** afin de les prévenir ou de les limiter.

PRÉPARER SON ENVIRONNEMENT

Les risques

Avant même d'écouter la présentation, **les jeunes observent** :
- les affiches et les stands
- les brochures ou plaquettes
- les vidéos et présentations
- les objets promotionnels (goodies)
- les lieux de travail visités
- les espaces d'entretien ou d'échange

C'est la première impression que les jeunes auront de vos métiers et de votre entreprise. S'ils véhiculent des stéréotypes, ils peuvent **contredire le message de l'intervention**.

Que faire ?

1 Nommer les métiers au féminin et au masculin

Utiliser systématiquement les **deux formes** dans les supports et les présentations.
Exemples :
- *ingénieure / ingénieur*
- *technicienne / technicien*
- *opératrice / opérateur*

2 Repérer et éviter les clichés fréquents

Faire **attention aux représentations** comme :
- L'homme scientifique en blouse blanche
- Le besoin de force physique (image d'hommes portant des charges lourdes)
- L'ambiance usine, veiller à la propreté...

3 Montrer la diversité des métiers et des parcours

Il est évident pour vous que les métiers de l'industrie ont beaucoup évolué. Néanmoins, certains jeunes peuvent garder des images stéréotypées sur les personnes qui peuvent y travailler.
Privilégier des **représentations variées** : différents métiers ; plusieurs parcours professionnels ; des profils et personnalités divers ; des compétences multiples.
Montrer **des femmes et des hommes dans différents rôles** : techniques, créatifs, organisationnels ou collaboratifs.

Veiller à ne pas introduire ses interventions par des chiffres marquants sur la faible représentation des femmes dans certaines filières et métiers, au risque de produire l'effet inverse en décourageant ou en impressionnant les personnes concernées.

4 Éviter les codes visuels genrés

Certains codes renforcent inconsciemment les stéréotypes.

Par exemple :
- *éviter l'association systématique **rose ou couleurs chaudes = femmes / bleu ou couleurs froides = hommes***
- *privilégier des **visuels neutres et variés** : par exemple, le vert et le orange fonctionnent assez bien ensemble.*

5 Ne pas associer certaines qualités à un genre

Ne pas suggérer que certaines **compétences seraient « naturelles » selon le genre**.

Par exemple, éviter de :
- *représenter les femmes en posture d'écoute ou rêveuse*
- *représenter les hommes en mode action, les manches relevées*
- *mettre des slogans différents pour les hommes et les femmes*

6 Vérifier la cohérence globale

La cohérence des supports et des discours renforce **la crédibilité de l'intervention**.
Un discours visant la mixité sera moins percutant si les visuels de votre entreprise ne montrent que des hommes par exemple.

Certains supports peuvent nuire à vos interventions



En résumé

Préparer son environnement et sa communication : une étape essentielle.

Quand une entreprise industrielle intervient auprès de jeunes (salons, établissements scolaires, visites d'entreprise, forums…), **l'environnement compte autant que le discours.** Les supports, les images et les lieux observés influencent fortement la manière dont les jeunes perçoivent les métiers.



TEMPS COURT
= RISQUE DE STÉRÉOTYPES +

VISITES D'ENTREPRISES

Une **visite d'entreprise** consiste à aller découvrir le fonctionnement d'une entreprise, ses métiers, ses machines et son organisation. Ces visites sont destinées à différents publics : jeunes, enseignantes et enseignants, professions de l'orientation ou grand public. L'objectif est de **mieux comprendre le monde industriel** et de donner des pistes pour choisir un métier.

Les risques

Les visites se passent généralement dans des parties de l'entreprise **pas toujours adaptées** à l'accueil de public et sur un temps relativement court. Elles présentent donc un terrain propice à l'activation des stéréotypes, en particulier sur le genre :

1 Le désengagement

Certaines personnes, souvent des femmes, peuvent **se désengager** ou se sentir exclues, notamment si la répartition des personnes du groupes de visite se fait en faveur des garçons.
Les organisateurs peuvent penser à tort que ce désintérêt est **« naturel »** et en conséquence qu'on ne peut rien faire pour intéresser les élèves.

2 L'enjolivement peu crédible

Vouloir montrer une image **trop positive** de l'entreprise peut donner une impression de **masquer la réalité** et de ne pas rendre la présentation crédible.

3 Les infrastructures pas adaptées

Les infrastructures peuvent **favoriser un public masculin**, par exemple des vestiaires, des toilettes ou des équipements conçus pour les hommes.

4 L'impression de métiers genrés

Voir seulement des hommes au sein d'une équipe, peut donner l'impression que ce n'est **pas accessible** en tant que femme.

Comme les visites sont souvent courtes, la première impression est cruciale. Chaque interaction compte pour déconstruire les stéréotypes ou, au contraire, les renforcer.

Que faire ?

Pour que tout le monde se sente concerné et intéressé :

1 Organiser l'espace équitablement

Répartir la parole et les places pour que tout le monde puisse participer, surtout quand les infrastructures sont limitées.

Par exemple placer équitablement les filles et les garçons autour d'une table, même s'il n'y a pas assez de places.

2 Mettre en avant le travail d'équipe

Montrer des **projets réalisés en groupe** avec un objectif clair et utile pour la société. Cela permet d'identifier l'intérêt du métier de l'industrie et de donner une nouvelle image plus attrayante, notamment pour les filles.

3 Adopter une posture inclusive

Inviter les femmes/filles à **participer activement** et ne pas leur attribuer de rôle secondaire voire leur attribuer des rôles au préalable pour éviter qu'elles ne se mettent en retrait.

4 Être transparent sur les limites

Si l'entreprise n'est pas encore complètement adaptée à l'accueil des femmes (vestiaires, équipements...), dire et expliquer les actions en cours pour **améliorer la situation**.

5 Montrer la diversité dans les métiers

Présenter une **large palette de métiers** demandant **différents niveaux** de formation et/ou compétence.
Faire rencontrer femmes et hommes dans de mêmes postes pour déconstruire les idées reçues sur certains métiers « réservés aux hommes » ou « aux femmes ».

Pensez à briefer vos équipes avant la visite !

En résumé

Une visite d'entreprise réussie est une visite qui intéresse tout le monde, capte l'attention, montre la diversité des métiers, et permet à chacun de se sentir légitime.

Être attentif à l'occupation de l'espace





TEMPS COURT
= RISQUE DE STÉRÉOTYPES +

INTERVENTIONS & TÉMOIGNAGES

Une intervention ou un témoignage se définit quand un professionnel de l'industrie **prend la parole pour parler de son métier**, de son parcours, et parfois de son entreprise ou de son secteur. Il existe énormément d'enjeux autour de ce format d'intervention car **très utilisé**. Ce format d'intervention comporte des enjeux majeurs en raison de sa grande fréquence d'utilisation. S'il peut s'avérer extrêmement **efficace**, il risque également de se révéler **contre-productif** !

✱ Les risques

Même si ces interventions sont très utiles, elles peuvent avoir des effets négatifs si elles ne sont pas bien mises en place :

1 Perception différente selon le genre

Pouvoir s'identifier à un modèle, c'est important pour pouvoir se projeter dans un métier, or **chacun réagira différemment** en fonction de telle ou telle personne, qu'elle soit **homme ou femme**.

2 Renforcement des stéréotypes

Dire ou laisser entendre que les femmes doivent **travailler dur** pour atteindre le niveau de **compétence nécessaire** peut laisser entendre que les hommes seraient « **naturellement** » plus techniques ou scientifiques. Cela peut **décourager** les femmes et les filles. On parle aussi souvent de « jeunes talents ». Malheureusement, cette expression peut être un repoussoir : cela donne **l'impression que le talent est inné,** et souvent réservé aux hommes !

3 Effet « héroïne »

Présenter les femmes qui réussissent comme des **exceptions extraordinaires** (« battantes », « héroïnes ») peut donner l'impression que c'est **impossible** pour les autres : les filles peuvent se dire qu'il faut **ressembler à « Marie Curie » pour réussir.**

4 Nier l'impact des stéréotypes

Assurer **ne pas avoir été victime** des stéréotypes peut ne pas correspondre à la réalité que vivent les jeunes filles. Cela **éloigne** l'intervenante d'un rôle de **modèle de proximité.**

✱ Que faire ?

1 Mettre en avant les valeurs susceptibles de concerner les femmes

Mettre en avant le **travail d'équipe**, la **coopération** et **l'utilité sociale** des métiers.
Cela permet de montrer que les métiers de l'industrie sont divers et contribuent au bien être des membres de la société.

2 Préparer ses supports

Utiliser des supports qui représentent aussi bien des femmes que des hommes dans l'ensemble des métiers, de **nommer ces métiers au féminin comme au masculin** et, lorsque cela est possible, de privilégier des interventions en **binôme mixte** (voir la fiche « Préparer son environnement » page 8).

3 S'adapter selon le genre de la personne qui intervient

- Expliquer que réussir dans l'industrie de manière générale repose sur **le travail** et **la formation** que ce soit pour les garçons et pour les filles, pas sur des talents innés
- Réussir à trouver l'équilibre entre présenter un **parcours réaliste** et **ne pas effrayer** ou faire peser de trop lourdes attentes sur les filles.

Lorsqu'un homme intervient seul :

- Mettre en avant **l'esprit d'équipe** et la **progression**
- Il faut être d'autant plus vigilant à renvoyer une image positive pour ne pas donner l'impression d'un domaine aux valeurs dites « masculines ».

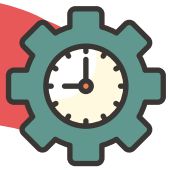
Lorsqu'une femme intervient seule :

- Éviter de présenter la personne comme une **« battante » exceptionnelle**

En résumé

Un témoignage est plus efficace lorsqu'il permet aux jeunes de s'identifier à la personne qui parle et de se projeter dans son parcours.





TEMPS LONG
= RISQUE DE STÉRÉOTYPES PLUS LÉGER

ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS EN CLASSE

Ce type d'intervention correspond à **l'accompagnement d'élèves** qui travaillent sur des **projets concrets** (challenges métiers, master class...) avec le soutien de personnes de l'industrie.

✱ Les risques

Même si le temps est long et que les risques sont moins forts que pour un témoignage, certains problèmes peuvent apparaître :

1 Répartition genrée des tâches

Dans des projets d'élèves, les **garçons** ont plutôt tendance à se **porter volontaire** pour les **tâches techniques** comme par exemple la conception d'un moteur.

Les **filles** sont plus souvent affectées aux **tâches de communication, de relationnel.**

Cela empêche le public de développer son intérêt pour de nouveaux métiers !

2 Parole et participation inégales

Généralement, les **garçons** ont plus tendance à **prendre la parole** ou se mettre en avant que les filles. C'est encore plus probable sur des sujets tel que les sciences où les garçons ont pu développer plus d'intérêt. L'intervention pourrait donc ne pas être aussi efficace que voulue !

Certaines filles peuvent se mettre en retrait, pensant que ce n'est pas leur rôle ou que les garçons sont plus « compétents ».

3 Idée de talent inné

Nous progressons tous. C'est d'ailleurs positif d'être motivé à se former ! Malheureusement, nous présentons parfois les jeunes comme **« de potentiels talents »**. Ce vocabulaire peut donner l'impression que les compétences ne dépendent pas de nous... Cela peut être un **repoussoir** pour les filles qui ont souvent entendu que les métiers de l'industrie étaient plutôt faits pour les hommes.

✱ Que faire ?

1 Poser les règles dès le départ

Commencer par enlever ou **atténuer la pression évaluative** : ce projet n'est pas une compétition ou une évaluation, mais une occasion de découvrir des métiers et de se former !

2 Faire tourner les rôles

Vous pouvez **répartir les rôles** en parité : cela donnera plus d'occasions à chacun de découvrir des compétences, et notamment les filles.

Exemples : méthode « Classe Puzzle », groupes non mixtes pour certaines activités.

3 Répartir la parole et les questions équitablement si le groupe est mixte

Veiller à **solliciter autant les filles que les garçons dans toutes les étapes du projet**.
Éviter de poser aux premières des questions centrées sur le rappel des règles et aux seconds des questions de créativité, afin de ne pas renforcer les stéréotypes selon lesquels **les garçons auraient davantage de capacités naturelles à inventer et raisonner par eux-mêmes que les filles**. Par exemple : ne jamais dire « maintenant écoutons les filles qui n'ont encore rien dit ». Cela rend saillant leur identité de fille ou de garçon et rend les stéréotypes de genre actif.

4 Valoriser l'apprentissage

Mettre **l'accent sur l'effort**, les essais-erreurs et la progression plutôt que sur la seule performance, en rappelant que les compétences se construisent par la pratique et la formation plutôt que par un prétendu « talent naturel ».

5 Surveiller et ajuster le groupe

Observer attentivement qui prend la parole, qui prend **les décisions** et comment **les tâches sont réparties.** Puis intervenir si certaines personnes monopolisent les échanges ou si certaines filles sont mises en retrait, en s'appuyant par exemple sur des points réguliers où chacun est invité à s'exprimer ainsi que sur une grille simple permettant de suivre la participation et la répartition des rôles.



En résumé

Lors d'un projet, il est important de veiller aux réflexes stéréotypés du groupe et d'être attentif à ce que chacun et chacune puisse participer de manière équitable, dans les tâches comme dans la prise de parole.



TEMPS TRÈS TRÈS COURT
= RISQUE DE STÉRÉOTYPES +++

JOB DATING SPEED SEARCHING

Le job dating (ou « speed searching ») est un format de rencontres **très courtes** entre des personnes professionnelles de l'industrie et des participants. Ceux-ci peuvent être des jeunes en orientation, des demandeuses et demandeurs d'emploi ou encore des personnes travaillant dans l'éducation.

Chaque échange dure seulement quelques minutes.

✱ Les risques

Même si cela est pratique, ce type de rencontre très rapide peut poser certains problèmes.

1 Des impressions trop rapides

Le temps très court peut pousser à se faire une idée en quelques minutes seulement. Les jugements peuvent alors être basés sur une **première impression très stéréotypée.**

2 Des stéréotypes qui peuvent influencer les échanges

Dans un format très rapide, certaines idées reçues (liées au genre, à l'origine ou à l'apparence) peuvent **influencer la perception des compétences** d'une personne, parfois sans que l'on ne s'en rende compte.

3 Des profils plus à l'aise à l'oral avantagés

Certaines personnes, par exemple celles qui ont été davantage encouragées à se mettre en avant ou à parler de leurs compétences, peuvent se sentir plus à l'aise dans ce type d'exercice. **D'autres profils peuvent alors être moins visibles** alors qu'ils peuvent être aussi compétents !

4 L'importance donnée à la personnalité

Quand le temps manque pour parler des compétences en détail, on peut accorder plus **d'importance à des traits de personnalité** (comme l'assurance ou la compétitivité). Cela peut conduire à **privilégier certains profils**, en oubliant que le contexte affecte beaucoup la façon dont les gens se présentent.

5 Une pression pour tout le monde

Le peu de temps disponible peut aussi créer du stress pour les recruteuses et recruteurs comme pour les participantes et participants, ce qui peut **nuire à la qualité des échanges**. En plus du temps limité, le regard des autres posé sur soi peut créer encore plus de pression.

✱ Que faire ?

1 Définir clairement les objectifs

Concevoir une **grille précise commune** des attendus que les intervenantes et intervenants pourront utiliser pour être moins sujets aux stéréotypes.
Il est important de savoir ce que l'on attend de ces rencontres. Cela permet de se concentrer sur des **critères plus objectifs**.

2 Structurer les échanges

Il est possible de proposer des **supports pour guider la discussion**, par exemple des cartes permettant de tirer des questions au sort (assorties de la grille d'entretien commune) afin de comparer les échanges de manière plus objective.

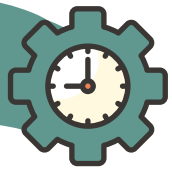
3 Réduire la pression du temps

Prévoir davantage de stands ou d'espaces d'échange et éviter les longues files d'attente qui poussent à aller trop vite pour **éviter la précipitation**.
On peut aussi limiter les éléments qui donnent l'impression qu'il faut juger ou décider immédiatement, comme le regard des autres. Par exemple : installer des paravents ou laisser une place de confidentialité derrière le ou la candidate.

En résumé

Plus le temps d'échange est court, plus le risque de recourir inconsciemment à des stéréotypes est élevé. Une préparation en amont permet de limiter ces biais afin de permettre des échanges plus riches et moins biaisés.





TEMPS LONG
= RISQUE DE STÉRÉOTYPES PLUS LÉGER

STAGE EN ENTREPRISE

Un stage en entreprise permet à un ou plusieurs élèves de passer plusieurs jours ou semaines dans une entreprise industrielle. Il peut s'agir d'un **stage d'observation** (regarder et comprendre le travail) ou d'un **stage plus actif** (participer à certaines tâches).

L'objectif est de découvrir concrètement un métier, comprendre les missions et le fonctionnement d'une entreprise et rencontrer les professionnels qui y travaillent.

✱ Les risques

Dans l'industrie, les stages concernent souvent davantage de garçons que de filles. Si une fille a envie de venir explorer l'entreprise, c'est une excellente initiative qu'il convient d'encourager et d'accompagner.

Plusieurs situations peuvent, parfois **involontairement**, renforcer les stéréotypes :

1 Des espaces ou équipements peu adaptés

Certaines infrastructures (vestiaires, sanitaires, équipements ou postes de travail) peuvent avoir été **conçues principalement pour un public masculin.**

Exemple :
Un atelier qui ne dispose que d'un vestiaire masculin ou encore des outils ou postes de travail réglés à une hauteur qui ne convient pas à tous les gabarits.

2 Un manque de diversité parmi les stagiaires

Le manque de diversité parmi les stagiaires peut donner l'impression que ces métiers sont **« faits pour les garçons »** lorsque **les filles sont très peu nombreuses** ; par exemple, dans un groupe de dix stagiaires, une seule fille peut se sentir isolée et moins encouragée à participer. De plus, le fait qu'il y ait **peu de modèles féminins visibles** dans les équipes peut rendre la projection plus difficile pour les jeunes filles, notamment lorsque les femmes sont absentes ou peu mises en avant dans ces métiers.

Exemple :
Une stagiaire ne rencontre que des hommes dans les métiers techniques, ce qui peut renforcer l'idée que ces postes ne lui sont pas destinés.

3 L'impression que les hommes sont naturellement faits pour ces métiers

La manière de décrire certains membres de l'équipe comme de véritables talents peut amener à penser :
- si c'est un homme, que ce talent est naturel
- si c'est une femme, qu'elle est exceptionnelle

✱ Que faire ?

1 Proposer des missions variées et adaptées

Confier des tâches intéressantes et expliquer leur utilité vis à vis du processus global.

Exemples :
- *Participer à une réunion d'équipe pour comprendre comment un projet est organisé*
- *Observer différentes étapes de production dans l'atelier*
- *Contribuer à une petite mission concrète (ex : vérifier une procédure, aider à préparer un test, participer à un diagnostic simple)*

Il est aussi utile de montrer que **les compétences se développent avec l'apprentissage et l'expérience,** et ne reposent pas uniquement sur un « talent naturel ». L'expérience de stage est donc le moment idéal pour commencer à découvrir et se former.

2 Sensibiliser les équipes encadrantes

Apporter la **même attention** que ce soit aux filles comme aux garçons.

Exemples :
- *Éviter des phrases comme « c'est un métier physique, plutôt pour les garçons »*

• Encourager tous les stagiaires à poser des questions ou à tester certaines tâches
• Même s'il y a des défauts ou des problèmes, les retours constructifs sont plus motivants

3 Montrer la diversité des parcours

Permettre aux stagiaires de **rencontrer plusieurs professionnels aux profils différents**.

Exemples :
• Organiser un moment d'échange avec une technicienne ou une ingénieure de l'entreprise
• Présenter différents parcours (apprentissage, formation technique, reconversion)
• Faire découvrir plusieurs métiers : production, maintenance, qualité, bureau d'études



En résumé

Présenter tous les métiers comme accessibles aussi bien aux femmes qu'aux hommes aides les jeunes à élargir leurs possibilités d'orientation.

RECRUTEMENT

Le recrutement ne se limite pas à l'entretien d'embauche. C'est un **parcours en plusieurs étapes**, depuis la découverte d'un métier jusqu'à l'intégration dans l'entreprise.

À chacune de ces étapes, des repoussoirs peuvent apparaître pour les femmes, parfois sans que les entreprises s'en rendent compte. Identifier ces situations permet de **mieux comprendre où les candidates peuvent décrocher** et comment agir pour favoriser la mixité.

1 PREMIÈRE ÉTAPE

L'ACCÈS À L'INFORMATION

Cette première étape fait référence aux différentes interventions évoquées dans les fiches précédentes

RISQUE

ACCÈS INÉGAL À L'INFORMATION DE RECRUTEMENT

Lors d'un salon des métiers, les filles peuvent être davantage orientées vers des **métiers perçus comme « féminins »**, tandis que les garçons se dirigent plus facilement vers les métiers industriels. En conséquence, **les filles consultent moins d'offres d'emploi dans ces secteurs**.

QUE FAIRE ?

Veiller à présenter l'ensemble des métiers de manière équilibrée, **sans biais d'orientation**. Mettre en avant la diversité des parcours et des profils dans tous les secteurs, notamment industriels, afin de favoriser un accès équitable à l'information.

Multiplier les occasions de s'adresser aux filles dans des contextes non thématisés sur l'industrie.

2 DEUXIÈME ÉTAPE

LES PLATEFORMES D'OFFRES D'EMPLOI

RISQUE

NON CONCERNÉE

Les intitulés de postes sont souvent formulés uniquement au masculin (monteur, soudeur, technicien...), ce qui peut limiter l'identification des candidates, malgré l'ajout H/F.

QUE FAIRE ?

Adopter une **rédaction inclusive** en utilisant le féminin et le masculin (ex. : technicienne ou technicien, soudeuse ou soudeur). Les études montrent que **cette simple pratique favorise la projection des femmes** dans ces métiers, sans réduire le nombre de candidatures masculines.

3 TROISIÈME ÉTAPE

LE CONTENU DES OFFRES D'EMPLOI

RISQUE

DÉSINTÉRÊT LIÉ AU CONTENU DES OFFRES

Certaines descriptions de poste peuvent être perçues comme **peu accueillantes ou trop compétitives,** par exemple : « Cherche technicien de maintenance ambitieux, avec une forte disponibilité et prêt à faire ses preuves. »

QUE FAIRE ?

Privilégier d'autres caractéristiques plus positives et susceptibles de **permettre aux femmes de s'identifier** : « Cherche technicienne ou technicien de maintenance qui aime travailler en équipe, volontaire pour apprendre de nouvelles compétences pour entretenir les machines permettant la production. » En procédant ainsi, on met en avant des valeurs de collaboration, d'apprentissage plutôt que de « talent » supposé, et on rend plus clair l'intérêt du poste pour la société.

Ces préconisations sont, selon les études, plutôt **efficaces pour attirer plus de filles** !
Bonus : Elles ne diminuent pas le nombre d'hommes qui postulent.

4 QUATRIÈME ÉTAPE

LE TRI DES CANDIDATURES ET LES ENTRETIENS

RISQUE

BIAIS DANS LE TRI DES CANDIDATURES ET EN ENTRETIEN

À compétences égales, un recruteur peut **inconsciemment privilégier un candidat** correspondant davantage à ses représentations du métier ou sous-évaluer les compétences d'une candidate.

QUE FAIRE ?

Mettre en place une **grille d'évaluation basée sur des critères objectifs** (compétences, expériences, savoir-être). Cela permet :
• d'harmoniser les pratiques de recrutement
• de limiter les biais inconscients
Pour rappel, la loi interdit lors d'un entretien les questions inappropriées sans lien avec le poste et liées à la sphère privée de la candidate, telles que : Avez-vous des enfants ou souhaitez-vous en avoir ? Comment gérez-vous la garde de vos enfants ? Quel poste occupe votre conjoint ?...

5 CINQUIÈME ÉTAPE

L'ACCUEIL DANS L'ENTREPRISE

RISQUE

CONDITIONS D'ACCUEIL INADAPTÉES

Tout employeur doit pouvoir garantir l'hygiène au travail de ses salariés et salariées. L'employeur est soumis à certaines obligations, **notamment la mise à disposition de lieux d'aisance pour hommes et femmes, de lavabos et dans certains cas des douches et des vestiaires séparés.**

QUE FAIRE ?

Anticiper ces besoins en s'équipant en matériel adapté et en prévoyant des conditions d'accueil inclusives. Rester également à l'écoute des retours des nouvelles recrues afin d'ajuster les dispositifs si nécessaire.

6 SIXIÈME ÉTAPE

L'ADÉQUATION ENTRE LE POSTE ET LES MISSIONS CONFIÉES

RISQUE

DÉCALAGE ENTRE LE POSTE PRÉSENTÉ ET LES MISSIONS CONFIÉES

Exemple : Une personne recrutée pour un poste valorisant le travail en équipe se retrouve finalement à travailler seule, ce qui peut générer de la déception et un désengagement rapide.

QUE FAIRE ?

Assurer la cohérence entre la fiche de poste, le discours de recrutement et les missions réellement confiées. Les premiers jours sont déterminants pour confirmer l'intérêt et l'engagement du ou de la salariée.

En résumé

Il est important d'être vigilant à chaque étape du recrutement pour garantir l'égalité des chances entre les candidats.

Chaque étape compte pour éviter de perdre des candidates



CONCLUSION

Et maintenant, à vous de jouer !

Les stéréotypes, dans les métiers de l'industrie comme ailleurs, sont un sujet complexe, profondément ancré dans nos habitudes et nos représentations. Plutôt que de chercher à les éradiquer d'un coup, **l'enjeu est d'abord de les reconnaître et d'ajuster nos propres postures au quotidien**.

Pas besoin de discours moralisateurs ou de grands gestes : c'est souvent par des actions simples et concrètes que les mentalités évoluent. **Changer sa posture, c'est déjà changer les regards**. Chaque petit pas et ajustement contribuent à faire bouger les lignes s'ils sont menés en cohérence, les uns avec les autres.

Vous ne verrez peut-être pas les résultats immédiats de vos efforts, mais sachez que chaque initiative, aussi modeste soit-elle, s'ajoute à celles des autres pour construire, brique après brique, une industrie plus inclusive et ouverte.

BIBLIOGRAPHIE

Beauvois, J.-L., & Dubois, N. (2009). À propos d'une critique critiquable: Quelques précisions sur la théorie de la norme d'internalité [About a questionable criticism: Some precision on the current theory of the norm of internality]. *Revue Internationale de Psychologie Sociale,* 22(2), 117–135.

Cheryan, S., Master, A., & Meltzoff, A. N. (2015). Cultural stereotypes as gatekeepers: Increasing girls' interest in computer science and engineering by diversifying stereotypes. *Frontiers in Psychology, 6,* Article 49. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00049

Cheryan, S., Plaut, V. C., Handron, C., & Hudson, L. (2013). The stereotypical computer scientist: Gendered media representations as a barrier to inclusion for women. *Sex Roles: A Journal of Research, 69(1-2), 58–71.* https://doi.org/10.1007/s11199-013-0296-x

Ehrlinger, J., Plant, E., Hartwig, M.K. et al. Do Gender Differences in Perceived Prototypical Computer Scientists and Engineers Contribute to Gender Gaps in Computer Science and Engineering?. *Sex Roles 78, 40–51 (2018).* https://doi.org/10.1007/s11199-017-0763-x

Jackson, C., & Dempster, S. (2009). 'I sat back on my computer ... with a bottle of whisky next to me': Constructing 'cool' masculinity through 'effortless' achievement in secondary and higher education. *Journal of Gender Studies, 18(4), 341–356.* https://doi.org/10.1080/09589230903260019

Jones, M. G., Howe, A., & Rua, M. J. (2000). Gender differences in students' experiences, interests, and attitudes toward science and scientists. *Science Education, 84(2), 180–192.* https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-237X(200003)84:2<180::AID-SCE3>3.0.CO;2-X

Jones, S., & Myhill, D. (2004). 'Troublesome boys' and 'compliant girls': Gender identity and perceptions of achievement and underachievement. *British Journal of Sociology of Education, 25(5), 547–561.* https://doi.org/10.1080/0142569042000252044

Jost, J. T., & Banaji, M. R. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal Of Social Psychology, 33(1), 1-27.* https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1994.tb01008.x

Kessels, U. (2015). Bridging the Gap by Enhancing the Fit: How Stereotypes about STEM Clash with Stereotypes about Girls. *International Journal of Gender, Science and Technology,* 7(2), Article 2.

Genre et scolarité : l'illusion d'une supériorité féminine Alyson Sicard , Céline Darnon , Delphine Martinot Vincent Yzerbyt; Isabelle Roskam; Annalisa Casini. Les psychologies du genre : Regards croisés sur le développement, la santé mentale et la société, Mardaga, pp.63-86, 2021, 9782804709358

Le stéréotype de genre de réussite scolaire : un contenu favorable aux filles, en apparence Catherine Verniers , Delphine Martinot , Benoît Dompnier 10e Congrès International de Psychologie Sociale en Langue Française (CIPSLF 2014), ADRIPS; LPS, Aug 2014, Paris, France

Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development.* New York, NY: Holt, Rinehart & Winston.

Smith, J.L., Lewis, K.L., Hawthorne, L., Hodges, S.D. (2013). When trying hard isn't natural: women's belonging with and motivation for male-dominated STEM fields as a function of effort expenditure concerns. *Personality and Social Psychology Bulletin, 39 (2), 131-143.* https://doi.org/10.1177/0146167212468332

Guimond, S., Branscombe, N. R., Brunot, S., Buunk, A. P., Chatard, A., Désert, M., Garcia, D. M., Haque, S., Martinot, D., & Yzerbyt, V. (2007). Culture, gender, and the self: Variations and impact of social comparison processes. Journal of Personality and Social Psychology, 92(6), 1118–1134. https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.1118

Rédaction des contenus :
Collectif ETOS Industrie : Le groupe de travail ETOS Industrie est composé du Campus des métiers des qualifications « Production industrielle de demain », astu'sciences, Auvergne-Rhône-Alpes Orientation, Hall32/Rectorat de Clermont-Ferrand, UIMM Auvergne, Lycée Paul Constans de Montluçon, Lycée Godefroy de Bouillon de Clermont-Ferrand, Lycée Albert Londres de Cusset, Rectorat (Pôle relation école entreprise, DAFPIC Académie de Clermont-Ferrand, GIP Auvergne) et du Conseil départemental du Puy de Dôme, avec le soutien de Clermont Auvergne Métropole.

Avec le soutien du Master Psychologie Sociale, Ingénierie de la Formation, Orientation, Insertion (PSIFORI) de l'Université Clermont Auvergne

Impression : L'imprimeur
80 Av. Jean Jaurès, 63200 Mozac

Mise en page et conception graphique : Pauline Denis - komP ; communication
Illustrations : Anne Bernardi
Informations légales :
Dépôt légal : septembre 2026

astu'sciences, tous droits réservés.
Ce livret est diffusé gratuitement à titre éducatif.

etos

ÉGALITÉ, TERRITOIRES & ORIENTATION SCIENTIFIQUE

INDUSTRIE

FINANCÉ PAR

La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Cofinancé par l'Union européenne

clermont auvergne métropole

UIMM Auvergne – La Fabrique de l'Avenir

GROUPE DE TRAVAIL

astu' sciences – Culture • Scientifique en Auvergne

UIMM Auvergne – La Fabrique de l'Avenir

Campus des métiers et des qualifications Production Industrielle de Demain Auvergne-Rhône-Alpes

La Région Auvergne-Rhône-Alpes Orientation

Hall 32 – Révélez-vous dans l'industrie de demain

La Salle Clermont-Fd

Lycée Paul Constans

Lycées Albert Londres

Académie de Clermont-Ferrand – Liberté Égalité Fraternité

clermont auvergne métropole

Puy-de-Dôme Mon Département

PILOTÉ PAR

astu' sciences – Culture • Scientifique en Auvergne

astusciences.org

04 73 92 77 25

Résidence Philippe Lebon
28 boulevard Cote Blatin
63000 Clermont-Ferrand

SUIVEZ LE PROJET !

Pour suivre l'actualité du projet, rendez-vous sur la page dédiée :

astusciences.org/etos-industrie