

stimulation

Des salariés parents rarement chouchoutés

La question de la conciliation entre vie privée et vie professionnelle n'est plus un enjeu prioritaire pour les entreprises. Même celles qui sont signataires de la charte de la parentalité mènent peu d'actions.

Que font les entreprises pour aider leurs salariés parents ? C'est à cette question que tente de répondre le « volet entreprises » du premier baromètre de la conciliation entre vie privée et vie professionnelle de l'Observatoire de la parentalité en entreprise (OPE). Cet organisme lancé il y a un an a mené l'enquête du 27 mars au 14 avril 2009 auprès de 46 entreprises signataires de la charte de la parentalité. Parmi les 120 l'ayant signée, des agences telles Euro RSCG C & O, ADS Communication ou l'agence 6-12, mais une seule entreprise du secteur médias : Tivi Pro.

Au rayon des actions menées, une mauvaise surprise : 26% des entreprises affirment ne pas « faire beaucoup de choses » pour aider leurs collaborateurs parents. Quelle crédibilité accordée alors à leur engagement dans la charte de la parentalité ? « Pour certaines entreprises, c'est un enjeu de communication », reconnaît Jérôme Ballarin, président de l'OPE. Sauf qu'elles prennent le risque

de se faire épingler si leur engagement n'est qu'une coquille vide.

Selon l'enquête, à peine plus d'un tiers des entreprises du panel déclarent proposer des « solutions permanentes de garde d'enfants », type crèche d'entreprise. De même, alors que « l'aide au financement de la scolarité et des études des enfants » était la mesure plébiscitée en premier dans le volet « salariés » de l'étude, publié il y a deux mois, seulement 21% des entreprises qui répondent leur en font bénéficier. Quant au télétravail, seuls 58% des répondants « pionniers » en matière de parentalité déclarent y avoir recours.

Un contexte démobilisateur

Des initiatives mises en place par plusieurs entreprises font néanmoins office d'exemple à suivre. Ernst & Young fait ainsi bénéficier aux salariés qui le désirent des conseils gratuits d'un pédiatre, qui assure des entretiens de « coaching en parentalité » pour des cadres qui doivent partir en mission. Chez BNP Paribas, on indemnise intégralement le congé paternité afin que les salariés n'hésitent pas à les prendre, tandis qu'au cabinet de chasseurs de têtes en marketing et communication Taste, les salariés ayant des enfants travaillent à temps partiel (4/5).

Mais la parentalité est-elle encore, au vu de la conjoncture économique, un sujet de préoccupation pour les entreprises ? « Aujourd'hui, les trois quarts déclinent notre invitation à signer la charte de la parentalité », observe Jérôme Ballarin. Elles étaient moitié moins à le faire avant la crise. Sauf qu'il y a encore deux ou trois ans, elles ne voulaient même pas entendre parler de parentalité. » Une façon de se convaincre que le sujet est définitivement inscrit sur les tablettes des entreprises. **L.L.**



DR

« Pour certaines entreprises, c'est un enjeu de communication », indique Jérôme Ballarin, le président de l'Observatoire de la parentalité en entreprise (OPE).

En savoir +
> www.observatoire-parentalite.com