



HAL
open science

Égalité professionnelle : les stratégies mises en œuvre pour rompre avec l'invisibilité des femmes dans les domaines du design et des arts appliqués

Virginie Thomazeau-Pelka

► To cite this version:

Virginie Thomazeau-Pelka. Égalité professionnelle : les stratégies mises en œuvre pour rompre avec l'invisibilité des femmes dans les domaines du design et des arts appliqués. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04067645

HAL Id: dumas-04067645

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04067645>

Submitted on 13 Apr 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Ressources humaines et conseil

Option : Ressources humaines, management et organisations

Égalité professionnelle

Les stratégies mises en œuvre pour rompre avec l'invisibilité
des femmes dans les domaines du design et des arts appliqués

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Denis Ruellan

Nom, prénom : THOMAZEAU-PELKA Virginie

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 02/06/2022

Mention du mémoire : Très bien

RESUME

En France, les écoles d'art et de design sont majoritairement fréquentées par des femmes. Cependant, à l'issue de leurs études, elles s'évaporent pour laisser place aux hommes dans la sphère professionnelle. Les nominations récentes de femmes à des postes importants comme Laurence des Cars à la tête du Musée d'Orsay, montrent une volonté, sinon d'inverser la tendance, de favoriser l'égalité professionnelle dans les domaines de la création.

Cependant, même si le monde de la culture évolue, le pouvoir appartient majoritairement aux hommes et l'accession des femmes aux postes les plus élevés reste un événement. Les rapports annuels de l'Observatoire égalité femmes-hommes successifs sont édifiants et montrent combien le chemin est long pour reconnaître l'égalité professionnelle dans ce secteur.

Aussi, cette étude a pour objectif de comprendre les mécanismes d'invisibilisation des femmes dans le milieu des arts appliqués et de chercher les stratégies mises en place par les jeunes diplômées pour faire reconnaître leurs compétences et accéder à l'emploi.

Après avoir réalisé une revue des travaux effectués sur le sujet, une enquête réalisée auprès de jeunes diplômés issus d'écoles d'arts appliqués, permet de pointer :

- les freins au recrutement des jeunes femmes ;
- les injonctions qu'elles subissent de la part des employeurs dans le secteur concerné;
- les moyens qu'elles vont devoir déployer pour faire reconnaître leurs compétences.

À partir des témoignages recueillis, les stéréotypes et les assignations de genre encore très présents dans le milieu de la création, affectent toujours la reconnaissance du travail des femmes à sa juste valeur. Cependant, des stratégies de contournement qui passent par l'affirmation du genre sont possibles, même si elles peinent encore à s'imposer.

Mots clés : égalité professionnelle - invisibilité - assignation - genre - reconnaissance - injonction - réseaux sociaux - anonymisation - justice sociale

REMERCIEMENTS

Avant de rentrer dans le vif du sujet, et parce que reprendre des études n'est pas qu'une démarche purement personnelle, j'aimerais exprimer ma reconnaissance à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

En effet, après une longue et fastidieuse période de questionnements, si j'ai pu rebondir et trouver la force d'aller au bout de mes objectifs, c'est avec le concours de toutes les personnes présentes à toutes les étapes cruciales qui ont jalonné ce projet.

Ainsi, je souhaite chaleureusement remercier :

- pour leurs conseils, leurs orientations, leurs retours et leur patience, Denis Ruellan et Caroline Maujonnet, mes directeurs de mémoire ;
- pour leurs encouragements durant toute la formation et surtout dans la période introspective qui a suivi, mes collègues de promotion, avec une mention spéciale à Sandrine MALES, mon coach particulier en remotivation personnelle ;
- pour son soutien indéfectible pendant toute la période de réflexion et de réalisation, pour m'avoir ouvert les portes de son établissement pour réaliser mon enquête, pour m'avoir conseillée et orientée vers l'objet de mes recherches, Véronique Guyot, directrice de l'école de design de nouvelle-aquitaine, mon employeur et mentor ;
- pour son œil de lynx et sa capacité à débusquer le moindre écart de langage, erreur syntaxique, faute de frappe, Patrick Guyot ;
- pour avoir bien voulu se prêter au jeu de l'entretien et se livrer à l'expérience de l'enquête de terrain, les 7 interviewés ;
- pour avoir cru en mes compétences et m'avoir encouragée à reprendre la voie des études, mes ami.e.s, mes collègues de travail ;
- pour leur infinie patience, leur compassion, leur compréhension, leur organisation infallible, pour avoir pris le relais pendant mes absences et sans qui cette reprise d'études n'aurait pas pu avoir lieu dans les meilleures conditions, mon mari, mes filles et ma maman.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
INTRODUCTION.....	5
METHODOLOGIE.....	22
1. Le terrain d'enquête.....	22
2. La population enquêtée.....	23
3. Le moyen d'enquête.....	25
4. La grille d'entretien.....	27
5. L'enquête complémentaire.....	27
LES RESULTATS DE L'ENQUETE.....	29
1. Le recrutement.....	29
1.1 Genre et production artistique.....	29
1.2 Méthodes utilisées.....	31
1.2.1 CV et book : le duo gagnant.....	32
1.2.2 L'utilisation du réseau social.....	33
1.2.3 Les cas particuliers.....	34
1.3 La motivation des choix stratégiques.....	35
1.3.1 Des choix géographiques et économiques...	35
1.3.2 Un choix opportuniste.....	35
1.3.3 La place de la peur de l'échec.....	36
2. La reconnaissance et la place dans l'entreprise.....	37
2.1 Les atouts et les stigmates liés aux métiers de la création.....	37
2.2 De l'importance du genre.....	39
2.3 Des injonctions liées au genre.....	42
3. Les stratégies pour accroître sa visibilité.....	49
3.1 Les perspectives d'emploi.....	49
3.2 Utiliser le potentiel des réseaux numériques.....	51
3.3 Faire le choix de l'anonymisation ou jouer de son genre.....	53

DISCUSSION.....	57
1. Les créatifs déploient des stratégies de recherche d'emploi innovantes.....	57
1.1 La forme de la candidature à l'ère du web 2.0.....	58
1.1.1 Un conformisme sur la forme.....	58
1.1.2 Les raisons supposées du conformisme.....	59
1.2 La place des réseaux sociaux numériques dans la stratégie de recherche d'emploi.....	60
1.3 La prépondérance des réseaux sociaux physiques sur les réseaux sociaux numériques.....	62
1.4 Une utilisation des réseaux sociaux différenciée en fonction du genre.....	63
2. Les principaux freins au recrutement dans le milieu des arts appliqués.....	64
2.1 Les origines de la distorsion avec la réalité.....	65
2.1.1 Les biais cognitifs.....	65
2.1.2 Les normes sociales.....	65
2.1.3 Le syndrome de l'imposteur.....	66
2.2 L'expression de la distorsion en exemples.....	66
2.3 Les incidences sur le recrutement.....	69
3. La candidature anonyme : le moyen de lever les contre- performances de recrutement.....	72
3.1 L'art est généré donc l'anonymisation est une fausse manœuvre.....	73
3.2 Des compétences primordiales, le genre inopérant.....	75
3.3 À compétence égale, les raisons de la différence d'appréciation.....	77
CONCLUSION.....	79
BIBLIOGRAPHIE.....	90
ANNEXES.....	95

INTRODUCTION

Par essence, l'artiste est visible. Il montre à voir, à entendre, il dévoile son art. Quelle que soit la forme que prend son art, visuelle, auditive, manuscrite, numérique, il cherche toujours à se révéler publiquement. Bien que le genre des œuvres d'art ne puisse être réellement défini, il existe une binarité sexuelle des artistes qui crée invariablement une hiérarchisation entre les hommes et les femmes. A formations ou diplômes égaux, la visibilité des artistes, leur employabilité, leur progression sont différenciées dans les sphères artistiques au profit des artistes hommes. Chaque année une enquête nationale est réalisée sous l'égide du Ministère de la Culture¹ dans le cadre de l'égalité femmes-hommes promue au rang de « grande cause nationale » par la Présidence de la République. Elle a pour objectif d'une part, de réaliser un état des lieux sur la part des femmes dans les secteurs du champ culturel et d'autre part de mettre en lumière les mécanismes de production des inégalités et formuler des préconisations pour engager la transition égalitaire.

Même si ces inégalités ne sont pas flagrantes à la sortie de l'école, l'enquête pointe que l'accès au premier emploi est peu différencié entre les sexes, il semble que les femmes soient beaucoup moins stabilisées dans l'emploi de leur diplôme que les hommes et qu'elles ne représentent que 40% des effectifs des emplois dans les métiers de la culture alors qu'elles sont majoritaires dans les écoles d'art (61%). Ceci conduit à s'intéresser aux mécanismes informels qui se succèdent aux différents moments clés de la carrière des hommes et des femmes et qui vont les favoriser ou les handicaper dans leur progression professionnelle.

Les hommes sont majoritairement représentés et ce quels que soient les secteurs d'activité.

C'est un fait, les études diligentées sont formelles : les femmes artistes disparaissent du panorama culturel au fil de leur progression dans l'échelle de la reconnaissance professionnelle. Elles subissent l'effet de murs et de plafonds de verre qui contribuent

¹ *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication - 2021*

à leur invisibilité dans leur champ d'activité. Les causes sont multiples et commencent dès le recrutement dans les écoles d'art. La survivance des stéréotypes y est légion, la division et la hiérarchisation sexuelle du travail s'y construisent tout au long des cursus pour s'affirmer pleinement lors de l'accès professionnel aux métiers du secteur. Il existe cependant des tentatives pour briser ces inégalités professionnelles genrées et pour rendre visible le travail artistique quel que soit le genre de son auteur.

Pour comprendre ce que l'on entend par plafond et murs de verre, il faut revenir aux origines de la métaphore. C'est dans la littérature américaine des années 70 que le terme apparaît en réponse aux nombreux travaux et enquêtes sur l'égalité professionnelle entre les sexes. L'expression « glass ceiling »² met en lumière les obstacles formels et informels rencontrés par les femmes qualifiées dans leur progression professionnelle et leur accession aux postes les plus élevés. « Tout se passe comme si un plafond invisible empêchait les femmes de grimper les échelons » (Halpern, 2008).

Les plafonds de verre s'accommodent de murs de verre ; ils sont eux la transcription horizontale de l'accession de certaines professions, métiers, tâches, qui sont réservés aux hommes, - ou aux femmes d'ailleurs - et qui peinent à trouver la voie de la féminisation ou de la masculinisation par le déni de certaines compétences, qualités, qualifications dévolues socialement et culturellement à l'autre sexe.

Ce n'est pas parce que l'accès aux plus hautes études artistiques est depuis plus d'un siècle ouvert également aux hommes et aux femmes que les inégalités s'en trouvent absentes.

En effet, si aujourd'hui la question de l'accueil des femmes dans les écoles d'art ne se pose plus, cela n'a pas toujours été la règle. Jusqu'en 1896, l'enseignement des Beaux-Arts était exclusivement réservé aux hommes, les femmes en étaient interdites d'accès. Cela ne veut pas dire que l'art au féminin n'existait pas. Les femmes pouvaient utiliser les ateliers de leurs père, frère, mari, amant pour exprimer leur créativité ou bénéficier dans le cadre de leur éducation bourgeoise quand c'était le cas, des enseignements artistiques d'académies parallèles aux Beaux-Arts. Cependant, leur travail était invisibilisé par l'entre-soi masculin. La tendance dans les

² Morisson et al., 1987

écoles d'art s'est totalement inversée et les femmes composent aujourd'hui majoritairement les effectifs des écoles d'art.

L'enquête réalisée par le ministère de la Culture³ chaque année confirme que les femmes sont majoritaires sur les bancs des écoles d'enseignement artistique supérieur (61% des effectifs). Pourtant, la même enquête révèle qu'elles peinent à être reconnues professionnellement à l'issue de leur cursus de formation et à percer sur le marché des arts.

Le fait d'être une femme semble ainsi avoir un effet sur les conditions d'accès au monde du travail dans les milieux artistiques ou tout le moins sur la pérennisation de leur emploi et leur progression dans le temps.

Division et hiérarchisation des sexes dès l'entrée en école d'art

Pour connaître les causes de ces inégalités, attardons-nous sur ce qui, au sein des écoles, pourrait générer les disparités rencontrées à la sortie du cursus.

Une étude réalisée par Mathilde Provansal en 2016 sur deux écoles d'art, conclut que les faits générateurs d'inégalités en fonction du genre des étudiants commencent dès le recrutement dans les écoles.

Les résultats relèvent que les jurys dès le départ peuvent fausser l'égalité de recrutement. En effet, outre le fait qu'ils soient composés d'hommes majoritairement, il y a un décalage entre les principes énoncés et la réalité des faits. Par exemple, dans l'école d'art objet de ses travaux (EAP), elle constate l'absence de codification des modalités et des critères précis de recrutement obèrent un manque d'objectivation et que cela laisse libre champ à réaliser une différenciation sexuée. Les grands principes selon lesquels l'idéal artistique est asexué sont mis à mal pendant les entretiens de recrutement qui sont fortement liés à la personnalité du candidat. L'étude note ainsi que les critères retenus pour le choix d'un candidat sont différenciés en fonction de son sexe : en effet, 1/3 des candidates admises l'ont été plus pour leur personnalité que pour leur travail. Pour certaines candidates le physique et l'apparence sont les seuls éléments discutés au cours de la délibération. Cela revient à reléguer les

³ *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication - 2021*

aptitudes artistiques de ces femmes au second plan. A l'inverse un seul candidat sur les 19 a fait l'objet d'un recrutement sur sa personnalité ou son physique.

Plutôt que valoriser leurs qualités artistiques, les recruter sur des critères totalement subjectifs comme ceux du physique ou de la personnalité marque ce traitement différencié dès l'accession dans l'école. Cela alimente des stéréotypes déjà très ancrés dans la conscience collective et concourt à cantonner les femmes dans des positions moins légitimes dès le départ. Est-ce à dire que parce que les candidates recrutées sont « justes jolies », ce qui peut exclure leur qualité artistique et leur talent, on a trouvé la raison de leur évaporation ou disparition à l'issue des études ?

Dans une autre étude⁴ effectuée auprès de 2 écoles d'enseignement aux métiers de la mode, l'un des recruteurs va jusqu'à invoquer un souci de justice pour justifier le recrutement des garçons dans son cursus et réaliser ce qu'elle nomme de la « discrimination positive ». Nous sommes ici encore loin des critères objectifs liés aux compétences et aptitudes artistiques qui devraient accompagner le recrutement et assurer l'égalité des chances.

Les membres du jury de l'EAP iront jusqu'à souligner à plusieurs reprises qu'il fallait « faire attention à ne pas prendre trop de filles afin de sauver le prestige de l'école » et que celle-ci « ne devienne pas une école de nanas ». Ceci sous entendrait-il que la qualité et la renommée d'une école est le fait des hommes qui y poursuivent leur cursus ? L'esthétique, la créativité, la qualité seraient-elles donc magnifiées par l'esprit créatif des hommes ? L'art serait donc généré.

Les origines d'un recrutement différencié

Danièle Kergoat attribue cela à la séparation entre les fonctions de production qui sont réservées aux hommes et la fonction de reproduction que l'on reconnaît naturellement aux femmes. On retrouve ici l'expression et la survivance de stéréotypes selon lesquels le pouvoir créateur est un attribut masculin : Christine Détrez l'illustre dans un ouvrage en 2016 : « *les femmes accouchent d'enfants, les hommes d'œuvres d'art et de l'esprit. Aux premières la procréation, aux seconds la création* ».

⁴ N. DIVERT – Devenir styliste. Des trajectoires genrées dans les écoles de mode. 2016

Les femmes ont longtemps été reléguées au rang de muses ou d'inspiratrices et on ne leur reconnaît pas le pouvoir créateur. Ce stéréotype reste fortement ancré dans l'esprit des étudiants qui sont interrogés par Nicolas Divert. En effet à la lecture des verbatims, on reconnaît davantage aux hommes un potentiel créatif « naturel ». Les filles se sentent infériorisées et la domination masculine dans les métiers de la mode apparaît comme une constante.

Pourtant des artistes masculins ont tenté de renverser cette tendance et de magnifier le travail d'artistes féminines. Prenons l'exemple de Marcel Duchamp : il se servira de sa position d'artiste libre et anticonformiste pour s'inventer un avatar féminin, Rose Sélavy, et soutenir les élans féministes. Dès 1920, il affirme l'importance des femmes artistes qui signent leurs œuvres et soulèvent des sujets que la société réserve habituellement aux hommes. Il est considéré à l'origine du mouvement artistique du « Bodyart » dans les années 60-70, investi par les femmes artistes de l'éphémère qui échappent à la marchandisation. Ce courant tente de renverser l'hégémonie masculine du pouvoir de création et pousse les femmes à prendre le lead sur leur corps en organisant des exhibitions. Hannah Wilke, performeuse dans les 70's affirmait à cet égard que « les femmes ont toujours été au service de l'esprit créatif et idéal de l'homme ». Pour elle, « créer mes propres images en tant qu'artiste et en tant qu'objet était important, car être l'objet était une véritable objection. J'ai fait de moi un objet pour idéaliser la femme, de la même manière que les hommes l'ont fait, de façon à lui redonner son propre corps. J'ai repris mon corps au lieu de le donner à quelqu'un d'autre pour créer »⁵.

Un enseignement différencié en fonction du genre

Pour prolonger le propos sur la genèse des inégalités dans les écoles d'art, les études de Provansal et de Divert abordent également la différenciation sexuée qui est produite par les enseignants dans le cadre des apprentissages au profit de certaines personnes plus que d'autres. Les apparences jouent un rôle évident dans la sélection mais cette fois-ci au profit des hommes qui montrent ouvertement leur homosexualité. Du point de vue des étudiants eux-mêmes certains hommes accentuent les stigmates de l'homosexualité, voire s'affublent volontairement de ces stigmates pour pouvoir s'ouvrir

⁵ E. ZABUNYAN – *Désarticuler Duchamp par le genre*. Cahiers philosophiques n°131/4^{ème} trim.2012

les portes de la reconnaissance et de la réussite. En effet dans les croyances qui perdurent, les portes de la gloire sont ouvertes davantage aux hommes qu'aux femmes car ils présentent des compétences de management, de charisme et surtout de créativité, beaucoup plus que les femmes (Bourdieu, 1998)⁶, et qui plus est, leur homosexualité leur conférerait de surcroît une sensibilité « féminine » qui ferait d'eux des « supers héros » de la mode. Là où l'on n'interroge pas ou peu la sexualité des femmes, celle des hommes intéresse car ils évoluent dans un milieu féminin ce qui leur confère certains stigmates notamment celui de l'homosexualité. Cela leur donne plusieurs avantages : on les taxe de détermination et de motivation car ils vont devoir évoluer et émerger dans un monde majoritairement féminin, qui peut aller jusqu'à la rupture des conventions voire la transgression. Certains l'utiliseraient comme une stratégie pour intégrer les codes de la mode et accéder plus facilement aux métiers prestigieux.

Bien que les hommes soient surreprésentés dans les métiers de l'habillement qualifiés de créatifs, les femmes sont très largement majoritaires dans les écoles dédiées. Elles représentent en effet de 80 à 90% des effectifs. L'étude réalisée par Nicolas Divert montre combien les écoles façonnent les trajectoires des filles différemment de celles des garçons et comment elles procèdent à la dissolution des femmes sur le marché de la création.

Prenons comme exemple un autre aspect qui reflète la préférence masculine : celui de la notation. Les garçons montrent dans les matières générales dans lesquelles la notation est objective des notes généralement moyennes alors que dans les enseignements dits artistiques ou professionnels, les notes sont plus hautes que la moyenne. Dans ces matières les évaluateurs ont un rapport plus subjectif aux travaux qui sont présentés.

Il est constaté par ailleurs que les enseignants vont avoir une tendance à laisser plus d'autonomie aux garçons et à saluer leur inventivité alors qu'ils encourageront davantage les filles sur leur minutie et la qualité technique de leurs présentations. Une fois encore on notera cet accent mis sur la division du travail qui pourrait se traduire par la suite par une confiance en soi et en sa créativité maturée chez les hommes et une orientation sur des tâches de précision et plus auxiliaires chez les femmes. Cela

⁶ BOURDIEU, P., 1998, *La domination masculine*

pourrait venir expliquer pourquoi l'insertion des hommes à des postes prestigieux est plus importante que pour les femmes.

Une question de sémantique

Dans les deux études précitées, un autre aspect de différenciation est flagrant : c'est la sémantique utilisée.

Mathilde Provansal pointe une différence dans le langage et les expressions utilisées pour pencher vers le recrutement des candidat.e.s. Pour exemple, elle oppose « sauver une candidate » à « parier sur un candidat ». Ceci en dit long sur les stéréotypes qui sont ancrés : en effet sauver une candidate » appuie sur la fragilité, un pseudo état de faiblesse et de détresse, alors que parier sur un candidat sous-entend qu'il a un potentiel artistique sous-jacent même s'il n'est pas objectivement exprimé. L'approche est donc totalement différente et inégale. On donne aux hommes dès le départ des capacités qu'on ne reconnaît pas forcément aux femmes.

Cela se vérifie également dans la sémantique liée aux métiers de la mode : l'image d'Epinal montre un couturier, un créateur à l'image de Dior, Saint-Laurent, Gauthier alors que l'on ne met pas derrière le terme « couturière » le même sens. Quand le premier peut se passer de l'adjectif « grand » sans minimiser le sens qu'on lui donne, le second pressent davantage le travail d'une petite main « une cousette » de qualité certes, ceci n'est pas remis en cause, mais on y voit davantage le prolongement d'un travail dit « domestique » plutôt qu'un art créatif et prestigieux. Cela illustre cette différence en termes de sexe et de genre dans la trajectoire professionnelle des candidats à la réussite dans la haute couture. Pourtant, bien qu'invisibles, les « petites mains » sont plus que nécessaires à l'activité mais elles sont cantonnées à des postes d'auxiliaires « techniques » et non de « maîtres », titre longtemps réservé aux hommes. Cette distinction a marginalisé le travail des femmes considéré comme un prolongement du travail domestique et a contribué à son invisibilité au profit des hommes. On retrouve ici l'expression même de la division du travail et de la hiérarchisation des sexes.

Quand on interroge les femmes artistes sur leur travail, elles utilisent en permanence l'adjectif « petit » pour qualifier leur travail. Le vocabulaire met en lumière le regard

des femmes sur leurs créations et leur posture en tant qu'artiste. Pourquoi utiliser des modérateurs pour minimiser, minorer ou réduire l'importance du propos ? Pour Reine PRAT⁷, il faut arriver à « *se libérer des habitudes de langage et des déterminismes. Il faut revoir les mots employés qui nous catégorisent. L'attitude des étudiantes est très liée aux déterminismes de genre : même après des années de formation, elles s'excusent encore de prendre la parole* »⁸.

Cela rappelle l'analyse de Françoise Héritier de « *la valence différentielle des sexes* ». En effet, cela « *se traduit par une plus grande valeur accordée socialement à ce qui est censé caractériser le genre masculin et, parallèlement, par un escamotage de la valeur de ce qui est censé caractériser le genre féminin et même par son dénigrement systématique* ». Cela vient alimenter la forte division sexuelle du travail tant sur l'exercice des activités artistiques, les femmes se cantonnant aux métiers « féminins », que dans la répartition des tâches au sein d'une même activité.

Féminisation des métiers d'art comme argument de dépréciation

Cette différenciation n'est pas l'apanage des seules écoles d'art. Elle se vérifie dans d'autres écoles qui forment à d'autres métiers. Séverine Rey et Mélanie Battistini ont interrogé les stratégies des étudiants qui font le choix d'une formation atypique et se retrouvent minoritaires au regard de leur genre. Sans rentrer dans le détail de cette enquête, les autrices en arrivent à la conclusion que le positionnement, les différenciations genrées existent bel et bien à l'égard des hommes et des femmes qui se retrouvent minoritaires dans une formation plutôt « réservée » à l'autre genre. Là encore les hommes sont plus souvent bien intégrés et favorisés (Ecole de soins infirmiers) alors que les femmes doivent davantage faire leurs preuves pour accéder à la reconnaissance (Ecole d'ingénieur en informatique).

Elles constatent par ailleurs que les rapports des étudiants entre eux sont également différenciés : les hommes minoritaires bénéficient davantage d'aide et d'élan de solidarité, alors que les femmes sont davantage testées et stigmatisées en raison de leur genre et non au regard de leurs compétences.

⁷ *Op.cit*

⁸ *Table ronde : Espace de formation : de l'accès aux écoles d'art à la reconnaissance professionnelle, 31 janvier 2018- Art : genre féminin, Actes de colloque, AWARE.*

Si l'on s'appuie sur ce que décrit Françoise Héritier, tout se joue sur le terrain symbolique, en particulier dans les sociétés contemporaines occidentales qui donnent l'apparence d'une libération des femmes accomplie et d'une égalité en progrès. Mais seulement en apparence, car la différence d'appréciation de la valeur du féminin et de celle du masculin est loin d'être dissoute.

Pour le comprendre, il faut observer que ce qui se rapporte culturellement au masculin est plus valorisé (financièrement comme symboliquement) que ce qui est attribué au féminin. Ce qui fait que pour une femme, c'est valorisant d'aller vers un métier dit « d'homme », comme une forme d'ascension sociale, mais c'est l'inverse pour un homme qui s'oriente vers un métier dit « de femme ».

Un article en 2017 d'Anne Jourdain, sur les évolutions des métiers d'artisan.e.s d'art pointe ce rapport différencié des hommes et des femmes au sein d'un même univers professionnel et des effets de la féminisation de l'artisanat d'art en termes « d'artification ⁹» et de dépréciation.

En effet, l'auteur de cet article souligne qu'il existe une hiérarchisation qui fait que l'espace des artisans d'art est polarisé par le genre. On trouverait d'un côté les artisans d'élite et les fabricants représentés par des hommes et de l'autre, les créatrices. Chez les premiers on observe que la transmission est plutôt une histoire de famille alors que chez les femmes, l'accession au métier d'art est souvent le résultat d'une reconversion professionnelle et il est vécu comme un moyen d'accomplissement de soi et de sa singularité.

Des différences liées au genre se traduisent également dans la façon de gérer l'entreprise : le temps est un élément différenciateur. Les femmes admettent concilier leur temps de création et de fabrication avec le travail domestique alors que les hommes l'abordent globalement de façon plus frontale et n'accordent du temps qu'à leur entreprise sans que l'aspect domestique et/ou privé n'y empiète. Est-ce une des raisons pour laquelle certains valoriseraient l'artisanat d'art traditionnel (dévolu aux hommes majoritairement) comme un patrimoine et dénigraient les artisan.e.s d'art qui se « prendraient pour des artistes » en les targuant d'amateurisme et en entretenant « le stéréotype de la bourgeoise du 16^{ème} arrondissement de Paris qui se met à son compte en tant que peintre sur porcelaine, mosaïste ou vitrailliste pour occuper son temps libre ».

⁹ L'artification est un néologisme proposé par Nathalie HEINICH et Roberta SHAPIRO (2012, p.20) pour désigner le processus de transformation du non-art en art

Pourtant l'histoire récente nous montre que ces murs de verre ne sont pas figés et certains métiers peuvent passer d'une féminisation à une masculinisation à l'instar des métiers de l'informatique fortement investis par les femmes ingénieurs dans les années 1960-70, et majoritairement exercés par des hommes aujourd'hui (Stevens, 2007), ou de l'activité de scénaristes de films muets dans les années 1920 à Hollywood qui devient et ne cessera d'être un bastion masculin pourtant occupé par les femmes car peu prestigieuses à l'époque (Buscatto et al., 2009).

Des différences dans l'exercice du métier

L'appréhension du travail par les femmes artistes est différente, et cette vision féminine vient peut-être expliquer le rapport qui est entretenu au regard des injonctions sociales et familiales qui s'expriment dans l'exercice de leur activité.

Nous venons de le voir, le rapport au temps de travail ou au lieu d'exercice de leur art est souvent corrélé à l'espace que tient la vie de famille ou le couple, le travail domestique. Les injonctions sont principalement adressées aux femmes : là où les hommes séparent littéralement vie privée et vie professionnelle, les femmes subissent ou s'imposent une articulation professionnelle et domestique pour répondre à des normes sociales. Les rapports sociaux de sexe jouent un rôle très structurant dans cette articulation. Une enquête réalisée en 2015 montre combien « la répartition genrée du travail domestique et familial produit des effets sur la disponibilité temporelle au travail, plus souvent au détriment des femmes » (Sinigaglia, 2015).

Les raisons qui sont mises au jour tiennent principalement à la répartition des tâches domestiques dans le couple. Elle est d'autant plus déséquilibrée quand on a affaire à un couple d'artistes. En effet, l'enquête révèle que les arrangements implicites se font en majorité au détriment des femmes qui subissent davantage le poids de la norme sociale en matière de division du travail familial et parental. À statut et contraintes professionnelles égales dans le couple, elles prendront davantage en charge ces tâches domestiques. L'équation prend une forme exponentielle si les temps et lieux de création des femmes artistes sont indissociés de leur domicile car leur métier est censé faciliter la mise en œuvre d'une conciliation professionnel/privé et socialement attendue.

Leur pouvoir de négociation est largement défailant sous la pression culturelle, sociale et souvent économique, qui vient concurrencer fortement les temps de création au profit des tâches domestiques. Les modalités de l'articulation vie professionnelle/vie

privée ne font pas l'objet d'une entente explicite, mais sont issues d'arrangements implicites guidés par l'environnement socio-culturel, et en se conformant à des normes sociales qui produisent des inégalités de genre.

Ceci contribue à dégrader le sentiment de satisfaction à l'égard du peu de temps qui reste à consacrer à la création artistique. Ces contraintes domestiques viennent entacher de plein fouet le développement des carrières et l'étude montre combien les femmes sont davantage touchées par les pressions familiales et de socialisation genrées. En effet, cela contrarie fortement leur capacité à faire de leur carrière artistique un élément central et les conduit à mettre davantage que les hommes leur carrière entre parenthèses.

L'image de la femme inspiratrice vs créatrice

Un autre stéréotype à la dent dure est sans doute celui qui associe la femme artiste à la sensualité, la douceur, l'émotivité, la sensibilité et l'érotisme ce qui la renvoie davantage à cette position de domination dans laquelle elle est l'inspiratrice des hommes artistes, elle est objet et non sujet (Bourdieu, 1998), en lui déniait la capacité de créer.

On en revient à cette difficulté de sortir de la différenciation genrée de l'activité artistique et de l'idée que l'art est le reflet du genre de l'artiste qui le produit. Le travail des hommes endosserait davantage les stigmates de la brutalité, de l'autorité, de la gravité. On lui accorde plus de facilité et donc plus de crédit à orchestrer, diriger, manager, décider alors que les femmes seraient plus douées dans les domaines relationnels, empathiques, dans le compromis ou la séduction. En effet, si elles endossent des comportements dits « masculins » elles seront jugées trop agressives et si elles répondent aux stéréotypes de la féminité, elles seront jugées trop gentilles ou inefficaces.

L'exigence n'est pas la même, les femmes doivent se surpasser et prouver leur talent et dans le même temps on leur demande de rester à leur place...de femmes ! C'est ce qu'exprime Sylvie BLOCHER¹⁰ :

¹⁰ Sylvie BLOCHER : Plasticienne, vidéaste, photographe née en 1953 se positionne dans un esprit de contestation de la "modernité masculine", elle travaille notamment sur le caractère anti-femme, comme par exemple dans son installation *Déçue*, la mariée se rhabilla

« C'est en fréquentant les écoles d'art françaises que j'ai compris l'in vraisemblable double injonction dans laquelle les étudiantes doivent se débattre, le plus souvent sans en être conscientes. Etre une femme ce n'est pas valorisant. Les grands artistes sont des hommes, mais les professeurs ne nous veulent qu'en tant que femme. Combien de fois ai-je entendu des professeur.e.s, hommes ou femmes, dévaloriser des travaux d'étudiantes jugés « TROP » : trop violent, trop genré, trop radical... Que de renoncements pour correspondre au mythe de la jeune femme artiste intelligente, séduisante, aux œuvres sensibles, recevables, mesurables et à leur place¹¹ ».

Cet état de fait conduit sans doute à ce que les femmes n'accèdent pas aux mêmes opportunités artistiques dans un monde dominé par l'entre-soi masculin.

La sous-représentation des femmes

Les études annuelles dirigées par le Ministère de la Culture sont très éclairantes sur ce point : comme évoqué plus haut, les femmes sont nettement majoritaires dans les effectifs étudiants des écoles d'art (61% des effectifs), néanmoins leur sous-représentation est flagrante et leur accession aux fonctions de direction des établissements culturels reste difficile qu'ils soient publics (38%) ou privés (11%).

Les chiffres associés à la part des œuvres des femmes dans les domaines de l'art contemporain ou dans l'univers cinématographique montrent combien le chemin est long pour accéder à la visibilité même si dans certains secteurs la progression est réelle.

À la lecture de cette enquête cependant on notera que la présence des femmes dans les programmations artistiques et dans les médias sont minoritaires : les œuvres des femmes sont moins visibles, moins achetées et moins programmées que celles des hommes. De ces constatations découlent leur corollaire : la consécration. Les femmes sont peu primées. Prenons à titre d'exemple le Festival de Cannes. Depuis 1970, un seul film réalisé par une femme a obtenu la Palme d'Or.

Pour la musique, même si les femmes accèdent à plus de reconnaissance dans la musique classique (33% de femmes primées en 2021), seules 11% d'artistes femmes ont été primées aux Victoires de la musique du meilleur album depuis 1985.

¹¹ S. BLOCHER, *le doubletouché.e*, Paris, Archibooks, p.236

Le domaine du livre tire son épingle du jeu et les femmes reçoivent des grands prix littéraires (64% de femmes en 2020) et ce en dépit de jurys majoritairement masculins (58%).

À l'examen des différentes phases qui ponctuent la vie professionnelle des femmes artistes (formation, intégration dans les milieux professionnels, consécration et reconnaissance de leur travail de création), on en déduit la difficulté à se dégager des stigmates et stéréotypes qui leur sont attachés pour arriver à s'imposer en qualité d'artiste. Nombre d'entre elles restent sur le bord du chemin, non par manque de talent, mais d'une part parce qu'elles ne trouvent pas les moyens, les réseaux pour se faire valoir dans un monde où l'entre-soi masculin reste prégnant bien qu'il entretienne l'illusion de l'égalité, et d'autre part parce qu'elles choisissent de mettre leur carrière en sommeil au profit de leur vie privée, quitte à y revenir à un moment où les contraintes domestiques seront moins importantes.

Les mesures pour réduire les inégalités

Encore peu de femmes accèdent à la reconnaissance et à la notoriété, même si les pouvoirs publics, les associations et autres réseaux féminins s'emparent du sujet de l'égalité homme-femme pour donner de la visibilité aux artistes féminines et faire tomber les plafonds et les murs de verre liés à l'enfermement des femmes dans certains rôles et métiers stéréotypés issus de représentations genrées. On en revient aux mêmes considérations que nous avons pu relever sur la division sexuelle du travail dans l'artisanat d'art. Aux hommes le son, l'image, le machinisme, aux femmes, le script, le costume, la coiffure, le maquillage et le casting, à compétences égales un salaire moins élevé, moins de programmation, moins de reconnaissance ¹².

Le secteur des Arts avait pourtant été fortement chahuté en 2006 lors de la publication du rapport du Ministère de la culture rédigé par Reine Prat¹³. Il dénonçait outre les représentations stéréotypées des femmes dans les productions artistiques, le retard avéré dans l'accession des femmes aux postes de direction, aux moyens de production, aux espaces de reconnaissance et de médiatisation.

¹² *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication - 2021*

¹³ *Reine Prat : agrégée de lettres chargée de mission pour l'égalité h/f dans les arts du spectacle, autrice des rapports ministériels de 2006 et 2009 sur les inégalités dans les arts du spectacle.*

L'Etat a pris le sujet à bras le corps en faisant de l'égalité femme-homme un cheval de bataille pour lutter contre les stéréotypes genrés et faire progresser la place des femmes. Ainsi après la création d'un Haut Conseil de l'égalité (HCE) ce dernier a posé le principe de l'égaconditionnalité à tous les secteurs économiques. Il conditionne les financements publics à une politique active d'égalité entre les hommes et les femmes. Il s'applique également au secteur de la culture et des arts et en résumé, ne pourront être subventionnées que les œuvres, manifestations, productions qui sauront démontrer les preuves d'une non ségrégation par le genre. « L'argent public doit non seulement ne pas conforter les stéréotypes de sexe, mais au contraire constituer un levier pour agir contre ces derniers ». ¹⁴

Outre les actions engagées au niveau de l'Etat, les artistes elles-mêmes s'organisent localement et fondent des collectifs, pour rendre visibles leurs créations et faire évoluer les répartitions genrées des métiers, des postes à responsabilités ou des récompenses et remédier à ce manque de visibilité systémique.

Prenons à titre d'exemple le collectif « La Petite » à Toulouse dont les actions positives auprès du grand public et des professionnels tendent à favoriser l'égalité des genres dans les arts et la culture et provoquer le changement des mentalités. Cela passe par l'éducation populaire, l'intelligence collective, la diffusion de bonnes pratiques en matière d'égalité professionnelle et la déconstruction des stéréotypes et de l'illusion de l'égalité. Anne-Lise Vinciguerra, directrice de La Petite, part du principe que « s'il y a 60% de femmes dans les écoles d'art en France (...) il devait certainement y avoir des femmes talentueuses ! ».

Des historien.ne.s se sont également regroupé.e.s pour donner de la visibilité aux artistes au féminin, oubliées de l'Histoire. Selon Anne Grumet dans un entretien en 2020 « cette invisibilisation des œuvres créées par les femmes empêche l'enrichissement et l'ouverture de notre mémoire commune et la possibilité de proposer de nouveaux modèles identificatoires féminins, particulièrement importants pour les jeunes et leurs carrières mais plus généralement pour la construction d'une société égalitaire ».

¹⁴ <https://haut-conseil-egalite.gouv.fr/stereotypes-et-roles-sociaux/travaux-du-hce/article/activer-l-ega-conditionnalite-ou>

Pour ne prendre que l'exemple du théâtre classique, bien que très peu de pièces de théâtre de femmes de lettres ne soient jouées, une chercheuse, Aurore Evain¹⁵, montre qu'entre le XVIe et le XXe siècle, plus de 2000 autrices ont existé, été jouées, appréciées et traduites dans toute l'Europe ! C'est la raison pour laquelle, des collectifs s'évertuent à faire reconnaître et à exhumer le matrimoine et ne pas s'attacher qu'au patrimoine dans notre héritage culturel.

L'arrivée de femmes comme Camille Morineau¹⁶, à des postes dans les hautes sphères culturelles permettent de lever le voile sur ce matrimoine oublié. Une exposition d'œuvres exclusivement réalisées par des femmes a vu le jour au Centre Pompidou à Paris en 2009¹⁷ et a permis en plus de l'exposition de sortir des réserves des œuvres qui font désormais partie des collections permanentes. Cela n'a pas empêché de nombreuses critiques sur le fait que cette exposition était exclusivement composée d'œuvres de femmes artistes, preuve d'un rapport de genre encore inégal puisque réunir dans une exposition des œuvres d'hommes exclusivement ne provoque pas de controverse aussi forte !

Depuis 10 ans, la part de visibilité faite aux femmes dans les expositions d'œuvres d'art a fait des émules et pour ne citer qu'elles deux grandes expositions parisiennes (Peintres femmes au Palais du Luxembourg en 2020 et Elles font l'abstraction au Centre Pompidou en 2021) ont été consacrées aux artistes femmes.

Les temps changent et les actions nationales et locales mises en œuvre pour fracturer ces plafonds et ces murs de verre sont de plus en plus nombreuses, même si leurs effets peinent encore à se faire sentir. En effet, majoritaires sur les bancs des écoles

¹⁵ **Aurore ÉVAIN** est une [actrice](#), [autrice](#), [dramaturge](#), [metteuse en scène](#) et [chercheuse française](#). Elle s'applique depuis des années à redonner leur juste place aux femmes dans le théâtre d'hier et d'aujourd'hui. Elle milite pour la reconnaissance des notions de « matrimoine »³ (héritage de la mère) et [matrimoine culturel](#), à l'instar de celle de patrimoine (héritage du père) et [patrimoine culturel](#).

¹⁶ **Camille MORINEAU** est commissaire d'exposition et conservatrice du patrimoine. Conservatrice des collections contemporaines du Centre Pompidou, elle a dirigé le commissariat général de l'accrochage de l'exposition [elles@centrepompidou](#). Elle était directrice des expositions et des collections de la Monnaie de Paris de 2016 à 2019.

¹⁷ La présentation de '[elles@centrepompidou](#)', qui a accueilli plus de 2 millions de visiteurs depuis son ouverture, s'appuie sur la première collection européenne d'art moderne et contemporain, l'une des premières au monde. C'est l'occasion pour l'institution d'affirmer avec force son engagement auprès des artistes femmes, toutes disciplines confondues, de toutes les nationalités, et de mettre les créatrices au centre de l'histoire de l'art moderne et contemporain du 20e et du 21e siècle.

<https://www.centrepompidou.fr/fr/programme/agenda/evenement/ccBLAM>

d'art, les femmes sont progressivement moins actives, moins payées, moins aidées, moins programmées et accèdent moins aux postes à responsabilités que leurs homologues masculins. La condition féminine est donc bien un obstacle à l'employabilité, à la reconnaissance, à la notoriété car fortement assujettie à l'entre-soi masculin et au paternalisme qui dominant le secteur de l'activité artistique. L'invisibilité des femmes et de fait de leurs productions artistiques, semble conditionnée par le fait qu'elles soient femmes avant d'être artiste.

Même si le talent par certains aspects, est une construction sociale, il peut également être vu comme quelque chose de naturel qui fait abstraction du genre. La qualité d'une production artistique qui est invariablement liée à l'esprit créatif qui la façonne et à l'expression d'un talent quel qu'il soit, ne devrait être appréciée non en fonction de celui ou celle qui la produit, -de son auteur.ice-, mais au regard de ce qu'elle suscite ou produit sur son public.

Aussi, si l'on invisibilise l'artiste, l'œuvre pourrait profiter d'un effet d'objectivation et de neutralisation des effets du genre sur son appréciation. Elle pourrait être reconnue en tant qu'œuvre, appréciée comme telle et dissociée de celui ou celle qui l'a produite.

Les leviers de la visibilité

On notera par ailleurs que la Toile et l'espace numérique favorisent avantageusement la visibilité et l'expression. L'omniprésence des réseaux sociaux et des plateformes d'expression connectées offrent de nouveaux outils de diffusion, et pourraient constituer des relais de visibilité pour rééquilibrer la représentation des femmes dans le monde artistique. Gardons à l'esprit à cet égard l'élan interplanétaire suscité par les #MeToo et autres #Blacklivesmatter, formidables vecteurs d'un message revendicatif. Nous l'avons vu, collectivement les artistes s'organisent et peuvent compter sur les solidarités pour briser les entraves à la visibilité. Aussi dans quelle mesure les artistes femmes ne devraient-elles pas concourir à leur visibilité en inversant la vapeur et en investissant massivement l'espace numérique pour exister dans la conscience collective, en dévoilant leur singularité artistique sans pour autant l'affirmer dans son expression du féminin ? Internet aussi paradoxal que cela puisse paraître, donne la capacité de se créer un anonymat et de se rendre invisible. Des artistes en jouent déjà pleinement : Banksy, Daft Punk sont des illustrations notoires de la distanciation possible entre l'œuvre et son auteur. Leurs œuvres sont reconnues sans que l'on

sache réellement qui se cache derrière la marque artistique et l'équation notoriété = visibilité s'en trouve fortement remise en question, voire vole en éclats.

C'est l'expérience qu'a tenté une musicienne de jazz Annabel Bennet¹⁸ qui s'était vu entendre dire par des producteurs que ses projets auraient un tout autre regard s'ils étaient des projets réalisés par des hommes. Elle décide alors de « changer de genre » et de signer ses œuvres du nom d'Arthur Parker. Ses œuvres restent les mêmes et se voient produites par des maisons de production qui jusque-là lui étaient « interdites ». CQFD !

Avec la puissance d'audience générée par les outils numériques, comment les femmes designers peuvent-elles investir l'espace d'exposition et de reconnaissance professionnelle pour booster leur carrière ?

Nous nous attacherons à rechercher quelles sont les stratégies mises en œuvre par les femmes designers au lancement de leur carrière pour générer une égalité de traitement, minimiser la division et la hiérarchisation sexuelle du travail et par rebond exploser les plafonds et murs de verre persistants dans les domaines du design et des arts appliqués ?

¹⁸ https://www.cornwalllive.com/whats-on/music-nightlife/female-musician-who-pretended-man-4987713?utm_source=sharebar&utm_medium=email&utm_campaign=sharebar

METHODOLOGIE

RAPPEL DE LA PROBLEMATIQUE

Avec la puissance d'audience générée par les outils numériques, comment les femmes designer peuvent-elles investir l'espace d'exposition et de reconnaissance professionnelle pour booster leur carrière ?

NOTES METHODOLOGIQUES

1. Le terrain d'enquête

L'enquête sera réalisée en partie au sein de l'école de design de nouvelle-aquitaine. C'est une école privée qui prépare les étudiants post-bac aux diplômes de directeur artistique, d'architecte d'intérieur designer d'espace et de game designer. Ce sont des formations supérieures équivalentes à celles des universités qui se déroulent sur 3 ans (Bachelor) ou sur 5 ans (Mastère).

Sa vocation est de faire de l'art et du design des moyens pour soutenir les projets professionnels d'étudiants avec un potentiel créatif avéré, de développer leurs compétences artistiques afin qu'ils puissent faire valoir leur expertise à la fin du cursus engagé dans les métiers du design. Cette école propose des études en alternance pour toutes ses filières et privilégie l'approche professionnelle à une approche théorique des savoirs et des compétences. L'orientation pratique des enseignements est privilégiée par le nombre de projets réels à réaliser au long du cursus grâce à une grande proximité avec des entreprises implantées dans la région comme le Futuroscope, Forsee power ou Libellud, ou des collectivités territoriales (Ville de Poitiers, ou Grand Poitiers) ou des structures publiques (TAP, CROUS, Université de Poitiers). Cet aspect favorise considérablement l'employabilité des étudiants qui sont en prise directe avec la réalité du marché du travail et de ses exigences.

Aussi, il m'a semblé opportun de choisir pour cette enquête une population déjà investie sur le terrain de façon à ne pas être trop éloignée des perspectives d'employabilité.

Cependant la répartition entre les hommes et les femmes dans cette école n'est pas représentative de ce qui est repéré dans les enquêtes nationales. En effet, les formations en alternance en 2021 sont fréquentées à 100% par des femmes.

Aussi, je ne souhaite pas interroger uniquement des femmes car j'aimerais dans le cadre de cette enquête, placer les rapports de genre dans la réflexion globale et ainsi interroger des jeunes adultes des deux sexes. En effet, j'aimerais pouvoir mesurer leur degré de coopération. Hommes et femmes peuvent collaborer – ou non - dans la mise en visibilité de ces dernières. Il me paraît particulièrement intéressant de puiser dans les propos qui seront recueillis chez les jeunes gens qui composeront la population étudiée, les pistes d'édification d'une coopération, d'une solidarité ou à l'inverse les stratégies individuelles mises en œuvre en vue d'impulser leurs carrières.

C'est pourquoi, le choix s'est porté également sur des hommes ou des femmes qui après avoir étudié dans des écoles préparant à des métiers à vocation artistique, peuvent se prévaloir d'une première expérience professionnelle en lien direct ou indirect avec l'objet de leur formation. Ces personnes peuvent être issues de l'école de design de nouvelle-aquitaine précitée, mais aussi d'autres écoles comme les Beaux-Arts de Poitiers.

Le choix du secteur géographique est volontairement limité à Poitiers afin qu'il n'y ait pas de fossé trop important sur les perspectives d'emploi. En effet, étendre le champ des investigations pourrait influencer les retours d'entretiens du point de vue de l'employabilité des jeunes gens interrogés. Le choix d'un secteur restreint permet de maintenir une certaine homogénéité.

2. La population enquêtée

Les critères de sélection sont les suivants :

Il m'est paru pertinent d'interroger ce qui se passe dans un contexte qui associe à la fois formation et monde professionnel. C'est pourquoi ont été retenues des personnes ayant déjà un pied dans le monde professionnel, que ce soit dans le cadre de leurs études en alternance ou dans le cadre d'une première expérience professionnelle. L'objectif étant d'avoir déjà une prise dans l'espace artistique appliqué ou de design, en lien avec la formation qui est ou a été suivie.

Seront donc interrogés :

- Des étudiants de l'école de design de nouvelle-aquitaine en alternance qui évoluent dans les métiers de l'architecture et de la communication print et digitale
- Des étudiants d'autres écoles avec une première expérience professionnelle en lien avec leur cursus artistique
- Des professionnels issus de formations artistiques ou de designer

Pour garder une homogénéité de la population enquêtée, les personnes interrogées ont moins de 30 ans et la plupart œuvrent dans le nord de la région Nouvelle-Aquitaine, autour de Poitiers.

Afin d'adopter une certaine cohérence avec la répartition entre les hommes et les femmes observée nationalement dans les formations artistiques et au regard des enquêtes publiées chaque année par l'Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication, la répartition entre les hommes et les femmes retenue est de 40% d'hommes et 60% de femmes¹⁹. Cette répartition est conforme aux tendances observées dans le cadre de cette enquête quantitative réalisée sous l'égide du Ministère de la Culture, depuis plusieurs années.

Les postes occupés par les personnes interrogées sont tous en lien direct avec les formations qui sont ou qui ont été suivies. On trouve des postes de designer d'espace, de collaborateur d'architectes, de directeurs artistiques, de designer graphique, d'enseignant/intervenant dans le domaine artistique.

Les secteurs d'activité des entreprises ou collectivités qui accueillent les personnes interrogées sont variés : hôtellerie/restauration, dentaire, service public, ameublement enseignement privé, édition.

Récapitulatif des profils retenus pour les entretiens

- 7 personnes interviewées

¹⁹ *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication – 2021*

- 3 hommes et 4 femmes pour tenir compte de la répartition hommes/femmes dans les écoles d'arts appliqués
- Leur âge est compris entre 22 et 28 ans
- Leur niveau d'études va de BAC +2 à BAC +5
- Ils ont entre 1 an et 3 ans d'expérience
- Ils suivent ou ont suivi des études de design soit dans le graphisme, soit dans l'architecture d'intérieur

Profil	Anonymisation	Genre	Année de naissance	Discipline suivie	Niveau d'études	Expérience Alternance	Secteurs
1	Pierre	M	1993	Graphisme	BAC +2	2 ans	Enseignement privé
2	Loup	M	1996	Graphisme	BAC + 3	3 ans	Enseignement privé
3	Marguerite	F	1997	Architecture d'intérieur	BAC + 3	1 an	Hôtellerie
4	Rose	F	1997	Architecture d'intérieur	BAC + 3	1 an	Ameublement
5	Hortense	F	1999	Graphisme	BAC + 3	1 an	Hôtellerie
6	Agathe	F	1991	Graphisme	BAC + 5	2 ans	Service public
7	Floréal	M	1995	Graphisme	BAC + 3	3 ans	Edition

3. Le moyen d'enquête

J'ai réalisé une enquête sociologique et qualitative auprès de 7 personnes en sus de 2 entretiens exploratoires pour tester la qualité du guide d'entretien et éventuellement le faire évoluer dans un deuxième temps.

Ces deux entretiens exploratoires concernaient une femme et un homme de moins 30 ans avec une expérience avérée et une reconnaissance de leur travail artistique. Ces entretiens devraient permettre d'affiner la grille d'entretien.

Le moyen d'enquête est l'entretien exploratoire semi-directif à partir d'une grille d'entretien prédéfinie et qui est la même pour toutes les personnes interrogées.

Pour veiller à une neutralité équivalente entre chaque personne interviewée, une certaine distance a été maintenue et les entretiens ont été dirigés dans les mêmes conditions pour tous. Ils se sont effectués à distance en visioconférence sur une plateforme collaborative et individuellement.

Les entretiens ont été enregistrés avec la possibilité de couper certaines parties (off) à la demande expresse de l'interviewé. Ils ont été retranscrits.

Ils sont anonymisés et à chaque personne interviewée a été attribué un nom d'emprunt. Pour situer les réponses tout en garantissant l'anonymat des interviewés, ne sont données des indications uniquement sur le poste occupé et sur le secteur d'activité dans lequel évolue leur entreprise (ex : secteur médical, agroalimentaire, formation professionnelle, etc.)

Seul sera communiqué aux personnes interviewées le résultat de l'enquête. La retranscription de l'interview individuelle ne sera pas restituée. Ces règles ont été clairement établies avec la personne interviewée dès la prise de contact et après son accord de participation de principe.

Pour garantir une certaine spontanéité dans les réponses, les questions n'ont pas été envoyées à l'avance ; seul le cadre général de l'enquête a été évoqué lors de la prise de contact et la demande de participation à l'enquête.

L'enquête a été réalisée sur une période allant du 13 juillet 2021 au 30 septembre 2021 et les entretiens se sont déroulés sur 45mn à 1h30.

4. Le guide d'entretien

Il comporte 9 questions principales autour de 4 thématiques centrées sur la recherche d'éléments de réponse au regard de la problématique posée²⁰ :

- La trajectoire personnelle
- Les conditions de la recherche d'emploi
- Le positionnement et la visibilité dans l'entreprise
- La stratégie de mise en visibilité

5. L'enquête complémentaire

Une seconde phase d'enquête a ensuite été réalisée pour confirmer ou infirmer le sens de certains propos recueillis lors de la première enquête.

Il s'agissait ici de vérifier la capacité des personnes interrogées à signifier le genre de l'auteur d'une production artistique.

J'ai en effet remarqué que chaque personne interviewée différenciait le travail artistique des hommes et des femmes en fonction de critères tels que : la couleur, la forme, le trait, l'organisation visuelle, le soin, le détail.

Je me suis rappelée à cet égard que le Collectif de créatrices de BD contre le sexisme avait partagé avec le public du Festival d'Angoulême en 2016 l'expérience « Traits féminins, très masculins²¹ ». Le but était de faire deviner si l'auteur était un homme ou une femme.

Cela m'a donné l'idée de tester les designers, des gens du métiers, un public averti donc, pour voir si j'arrivais aux mêmes conclusions que ce Collectif.

En considérant qu'à l'école de design de nouvelle-aquitaine (mon lieu de travail), je pouvais avoir accès à des productions artistiques assez facilement, je me suis mise en quête de 5 séries de 3 supports²² qui présentaient les caractéristiques énoncées par les étudiants mais qui n'étaient pas toujours le reflet du genre de l'auteur.

La question posée était la suivante : « Pouvez-vous relier ces créations au genre de leur auteur ? »

²⁰ V. Annexe 1

²¹ <https://www.madmoizelle.com/trait-feminin-trait-masculin-festival-angouleme-2016>

²² V. annexe 2

Il leur a également été demandé de justifier leur réponse en cochant un ou plusieurs des critères suivants :

- L'organisation visuelle
- La forme
- La couleur
- Le soin
- Le détail
- Le trait

Cela m'a permis d'analyser ce retour d'expérience et de considérer si ce résultat allait donner de l'eau à mon moulin ou le tarir. En d'autres termes de confirmer ou d'infirmier la position des interviewés sur le genre des œuvres.

LES RESULTATS DE L'ENQUETE

Suite aux 7 interviews réalisés sur de jeunes professionnels du design avec un pied ancré dans le monde professionnel, 4 thématiques ont été abordées à partir desquelles j'ai pu tracer mes observations à la lumière des critères suivants :

- L'existence ou non d'une différenciation entre les productions artistiques réalisées par des hommes ou par des femmes
- Les méthodes utilisées par les jeunes designers dans leur recherche d'emploi et/ou d'alternance et les raisons qui selon eux ont motivé les employeurs à les recruter
- La reconnaissance de leur travail dans l'entreprise au prisme d'un rapport de genre qui favoriserait l'expression d'un traitement différencié des jeunes designers dans les fonctions occupées
- Les stratégies qui pourraient être mises en œuvre pour performer dans leur domaine et décrocher l'emploi de leurs rêves, au regard de leurs premières expériences professionnelles.

1. Le recrutement

1.1 Genre et production artistique

Avant d'aborder directement cette question du recrutement j'ai souhaité savoir s'il y avait une relation entre l'expression du genre dans la production artistique et le recrutement d'un ou d'une candidate.

Pour cela j'ai commencé à interroger le genre de la production artistique : la production est-elle genrée ou tout le moins reconnaissable en fonction du genre de la personne qui la produit ?

Je me suis intéressée au ressenti des personnes interrogées quant à la perception qu'ils ont des productions artistiques réalisées par des hommes ou des femmes.

J'ai cherché à savoir si de leur point de vue, il existe une différence visible dans le traitement d'un sujet et le cas échéant comment elle se traduit.

C'est Pierre qui s'exprime le plus clairement sur ce sujet : « sans rentrer dans le cliché rose fille et bleu garçon...*Oui, bien sûr, on va avoir souvent des formes, des formes, plus douces, plus rondes chez ce que va créer la fille femme et des choses peut-être des fois pus brutes, mais très légères dans ce que va faire l'homme. La production artistique en fait elle est genrée* ».

Rose va dans le même sens : « *Je trouve que les couleurs étaient plus...Elles étaient plus douces. Après, c'est peut-être parce que mes goûts, j'en sais rien. Mais c'est plus doux et mieux organisé quetendance...que ... les garçons.* »

Sa position est également très affirmée sur la neutralité de l'art en général : « *Pour moi, l'art n'est pas neutre. Il n'est jamais neutre, c'est subjectif. De toute façon, dans tous les cas, on n'a pas le même regard.... Quand on va regarder un tableau, quand on va écouter un son, on ne va pas avoir la même chose.* » Elle compare la différence entre les hommes et les femmes dans la production artistique à celle qu'elle rencontre dans la vie de tous les jours : « *En fait les garçons, ils ont tendance à aller droit au but alors qu'une femme a tendance à être un peu ben, comme dans la vraie vie. Ça papote ça papote. Là, c'est un peu pareil. On va mettre un peu de décoration par-ci et un peu de décoration par-là* ».

Elle est assez explicite sur la différence qu'elle a pu remarquer entre les travaux d'architecture d'intérieur des femmes et ceux des hommes : « *Oui, pour le coup, oui, on voit bien la différence avec le garçon qui était dans notre classe. Les filles ont été plus vraiment centrées dans l'intérieur d'une maison. Comment je fais pour la rendre plus agréable, plus heu plus dynamique, plus jolie?* » alors que l'élève masculin lui « *proposait des choses plus dans la scénographie où, en fait, il avait un thème et il faisait un peu ce qu'il voulait, sans vraiment réfléchir à comment l'utilisateur, finalement, il va vivre dedans.* »

Pour Marguerite elle aussi issue de la filière architecture d'intérieur, les productions sont assez différentes entre les hommes et les femmes même si elle est plus nuancée sur les sujets qui sont abordés :

« *Chez le seul garçon qu'on avait. Je trouvais en fait dans ... dans ses dessins, qu'il était plus précis. Si c'est un mot ou un adjectif pour son travail (...) C'était assez mixte. Il aimait beaucoup faire plein de petits traits pour aller assez loin dans ses dessins. Si je peux comparer à d'autres filles de ma classe, ça débordait un peu plus. On avait*

quelque chose d'un peu énergique aussi (...) il mettait très longtemps à faire ses projets. Il avait une démarche qui était longue. Finalement, je l'ai plus reconnu à ça qu'à une genrification de son travail. »

Floréal, est lui issu du milieu de l'édition: *« la proportion d'hommes et de femmes dans cette filière? Majoritairement féminine. »* Il ne se prononce pas sur les différences entre les productions masculines ou féminines sauf peut-être à dire *« les femmes dans les promos montraient plus de précision et d'acharnement dans le travail. Peut-être parce qu'elles étaient plus et que du coup fallait qu'elles se démarquent »*, mais il constate très vite que dans le monde dans lequel il évolue *« c'est des milieux majoritairement féminins en bas. Et puis plus ça monte plus il y a d'hommes, le truc classique »*. Il donne à cet égard l'exemple de l'une des directrices avec lesquelles il a travaillé : *« Elle dans son ... Dans son cas. Je pense que c'est une histoire, une histoire aussi de parcours personnel, de positionnement. Parce que par rapport au niveau, l'identité de genre, c'était peut-être pas. Mais en gros, c'est une femme qui travaille depuis longtemps dans l'édition, qui est arrivée assez tôt ou qui a eu des postes à responsabilités. Pour moi, il y avait un truc très performatif. Je dois avoir de plus grosses couilles que les hommes pour pouvoir rester là. »*

Hortense estime pour sa part ne pas avoir assez de recul pour se prononcer, ses différentes promotions étaient composées de filles exclusivement : *« Actuellement, dans ma classe, on est cinq filles sur une promotion de 5. Il y a toujours eu plus de femmes. Je sais qu'en prépa, je crois qu'on était aucun garçon sur une classe de je dirais une vingtaine. Alors pour ce qui est d'une différence de perception entre le travail d'un homme et d'une femme j'ai pas le recul. »*

Pour les 2 autres personnes interrogées sur cette question, les réponses sont laconiques : elles ne se prononcent pas car elles n'ont pas d'avis.

1.2 Les méthodes utilisées

J'ai ensuite cherché à savoir si l'expression du genre dans la production artistique pouvait être mise en relation avec les méthodes de visibilité utilisées par les sondés et si ces dernières différaient en fonction du genre du candidat.

Les méthodes utilisées pour la mise en visibilité de la candidature dans le cadre de la recherche d'emploi sont, dans la majorité des cas, des méthodes classiques.

On peut relever trois façons d'aborder la recherche d'emploi. D'abord par l'envoi de CV accompagné d'un book de créations. La deuxième consiste à activer le réseau personnel et professionnel, et enfin la troisième consiste à mettre ses compétences directement sur le marché professionnel en créant sa propre activité.

1.2.1 CV et book : le duo gagnant

Les jeunes diplômés interrogés envoient dans leur globalité des candidatures type CV + book, ce qui est un schéma traditionnel dans le monde du design. Le book est généralement constitué des productions réalisées soit pendant le cycle de formation, soit lors d'expériences professionnelles passées qui permettent de mettre en avant des travaux remarquables et évocateurs pour les recruteurs. Plus que l'expérience que l'on retrouve davantage dans le CV, c'est la patte du candidat qui s'exprime dans le book, sa personnalité, son style artistique.

Deux stratégies sont envisagées. D'une part, on a des candidats qui « arrosent » en masse le territoire géographique de recherche convoité avec un nombre conséquent de candidatures. C'est le cas de Rose par exemple : « *J'avais commencé à faire des candidatures, à envoyer des mails, à appeler des architectes d'intérieur dans le département. En fait j'avais envoyé, je sais plus combien... une trentaine ou une quarantaine de candidatures.* » ou de Pierre : « *J'avais envoyé plus de 80 CV dans tout l'Ouest de la France.* »

D'autres choisissent de cibler davantage et d'envoyer un nombre limité de candidature comme Hortense « *En fait, j'ai envoyé une quinzaine de demandes.* », Agathe « *J'ai dû envoyer 4 CV, 4 candidatures* » ou Marguerite : « *Je n'ai pas envoyé énormément de candidatures.* »

D'autres enfin, resserrent leurs recherches sur un domaine très particulier, ce qui va automatiquement limiter l'expression du nombre des candidatures. Floréal pour sa part montre une détermination particulière sur l'objet de ses recherches ; il cible un secteur très particulier qui correspond précisément à ses intentions professionnelles et à l'orientation qu'il compte donner à son avenir professionnel. Il met à l'appui de ses CV et books traditionnels un travail de recherche personnel qui va lui permettre de trouver

dans le domaine qui l'intéresse : *« j'ai pu faire un mémoire sur le manga en France (...) Comment traiter ces planches d'artistes japonais pour les rendre lisibles, éventuellement compréhensibles en français et en fait suite à ça, ça m'a permis de faire un apprentissage dans une maison d'édition de mangas et là, du coup, j'étais graphiste, maquettiste et où je mettais en page les mangas. »*

1.2.2 L'utilisation du réseau social

En parallèle, certains candidats s'appuient sur leur réseau personnel et professionnel pour se faire connaître, multiplier les contacts et pousser les portes de l'entreprises. Ici on parle davantage de réseaux sociaux « physiques » par opposition aux « numériques » type LinkedIn, Facebook et autres plateformes dédiées à la recherche d'emploi.

Cette option ou plutôt cette opportunité permet aux candidats de cibler plus précisément leurs recherches et d'espérer avoir un retour positif plus facilement. C'est le cas d'Agathe *« j'ai aussi ouvert mon réseau et en fait, c'est une amie qui m'a proposé. Mais moi, je connais untel qui crée son entreprise en communication événementielle, intéressée pour avoir quelqu'un en alternance. Ça s'est fait comme ça, vraiment, du bouche à oreille, y a beaucoup de connaissances, de connaissances et donc en fait, ça s'est fait très rapidement et de manière fluide »* ou bien de Rose *« C'est mon parrain qui est plaquiste et qui m'a dit, mais demande à cette entreprise qui heu.. font des trucs vachement bien. C'est comme ça que j'ai réussi à avoir ce stage là »*.

C'est aussi le cas de Loup et Pierre, qui lors du lancement de leur activité en freelance ont construit et/ou fait appel à leur réseau : *« je me suis basé sur le réseau, sur mes connaissances que j'avais déjà et surtout ça s'est fait naturellement , sur les demandes qu'il pouvait y avoir. »* (Loup)

« J'ai forcément dû démarcher des personnes à ce moment-là et trouver un peu aussi bien mon réseau de sécurité et mon réseau de travail à trouver des clients. » (Pierre)

Le réseau c'est aussi le lieu de formation. En effet, dans 1 cas sur 3 c'est l'établissement de formation qui invite le candidat à se mettre en relation avec des entreprises particulières dans le cadre de sa recherche d'alternance.

Cela peut s'expliquer par le fait que si le candidat ne décroche pas de contrat en alternance, il ne s'inscrira pas dans le centre de formation pour poursuivre ses études. L'école dans ce cadre a également tout intérêt à mobiliser les entreprises de son réseau et les mettre en relation avec les candidats à l'inscription dans le cursus de formation. C'est ce qu'on peut qualifier d'un échange de bons procédés.

On peut par ailleurs imaginer que l'école ne se mouillera pas pour des étudiants qui n'en valent pas la peine. C'est en effet leur notoriété qui est en jeu dans ces mises en relation.

Ce fut le cas pour Marguerite « *c'est l'école qui nous avait mis en relation et donc c'était lors d'un entretien où j'ai expliqué ce que je faisais avec l'appui de mon book* » et pour Rose « *Et puis, en fait, c'est l'école qui m'a appelée en me disant qu'une entreprise recherchait. Et du coup, c'est comme ça que j'ai trouvé mon alternance.* » qui ont pu booster leurs candidatures en s'appuyant sur les orientations proposées par leur centre de formation.

1.2.3 Les cas particuliers

Le cas de Loup mérite également d'être mentionné car ce n'est pas lui qui a été acteur de sa candidature. Ce sont des entreprises qui ont amorcé la prise de contact. En effet, Loup n'a adressé aucune candidature pour le poste qu'il occupe aujourd'hui. Il était en freelance à l'issue de son Bachelor en direction artistique multimédia et au final sans en avoir exprimé le désir, il a reçu deux offres d'emploi en CDD : l'une de son ancien centre de formation, l'autre d'une agence dans laquelle il avait effectué un stage. « *J'ai eu une année de battement, j'ai fait deux ou trois trucs, tout en freelance et après, le poste m'a été proposé (...), on m'avait aussi proposé un emploi pour un CDD de six mois à Paris sur une boîte où j'avais été en stage. Et il y a eu un long moment d'hésitation et puis j'ai finalement choisi l'école* » ;

Pour Pierre, le scénario est assez identique : après avoir créé sa propre entreprise à la fin de sa formation « *Contrairement à toutes les autres personnes de ma promotion,*

moi j'ai décidé de créer mon propre statut. Un statut d'auto entrepreneur dans le milieu du Motion Design » il est démarché pour devenir enseignant dans une école de design en parallèle de son activité indépendante « je n'ai jamais cherché de travail autre que celui-ci sauf dans le cadre de mon alternance et j'ai été contacté pour travailler dans cette école ».

1.3 La motivation des choix stratégiques

Il m'a paru ensuite intéressant d'interroger les raisons qui ont motivé les candidats à l'embauche à employer une stratégie plutôt qu'une autre pour arriver à leur objectif : intégrer une entreprise soit dans le cadre de leur poursuite d'étude en alternance, soit dans le cadre de leur premier emploi post formation.

1.3.1 Des choix géographiques et économiques

Certains invoquent des raisons géographiques : c'est le cas de Pierre et de Rose comme indiqué plus haut. Marguerite elle aussi met cet argument en avant et le double d'une nécessité économique. En effet elle déclare cibler les entreprises avec lesquelles elle souhaite travailler « *principalement sur des facteurs géographiques aussi sur les villes où je pouvais aller sans que ça puisse me coûter trop trop cher pour me loger ou me déplacer* ».

1.3.2 Un choix opportuniste

Le critère géographique n'est cependant pas le principal critère retenu par les candidats. Un certain opportunisme peut pousser à candidater : on se souviendra d'Agathe qui va orienter sa recherche principalement sur le conseil de son réseau ou bien Rose et Marguerite qui vont-elles aussi répondre à la sollicitation de leur centre de formation qui leur propose de les mettre en relation avec des entreprises du secteur recherché.

Enfin Loup, sans se mettre dans la posture d'un chercheur d'emploi, va répondre positivement à une proposition d'embauche au sein de l'école qui l'a formé et passer de professionnel indépendant (freelance) à salarié en CDD. Il justifie par ailleurs ce choix par l'aspect partage des connaissances qui lui apporte davantage que de

travailler de façon isolée. « *Le fait d'avoir un cadre c'est plus facile que de faire des choses tout seul.* »

1.3.3 La place de la peur de l'échec

Lorsqu'il a été demandé d'invoquer les raisons qui ont motivé l'envoi de peu de candidatures à Marguerite, alternante en Bachelor d'architecture intérieure, cette dernière a évoqué la crainte de se voir refuser des postes qui pourraient entacher son « moral ». « *Je n'ai pas envoyé énormément de candidatures parce que j'avais un peu peur aussi qu'on me dise non, parce que je voyais tous les copains qui se faisaient aussi refuser sur plein de choses. Et je n'avais pas envie d'essayer 15 refus comme certains* ».

Elle le traduit aussi par un manque d'assurance, de confiance en elle et de considération personnelle sur son travail « *J'ai toujours tendance à dire, que ce que je fais c'est pas dingue ! (...) Je suis toujours en train de me remettre en question, de me dire que bon. Mais finalement, si on me refuse, il y a peut-être une raison.* » qui cependant l'a poussée à cibler ses choix d'entreprises sur des critères assez larges et limiter ainsi ses propres ambitions pour ne pas être déçue : « *Par exemple j'ai fait une demande dans une entreprise qui est beaucoup plus BTP et que légèrement décoration. Je me suis dit est-ce que je peux avoir une petite place là-dedans ?* »

Ainsi pour résumer, on voit que pour une finalité identique qui est de trouver un premier emploi dans les métiers des arts appliqués (édition, architecture d'intérieur ou direction artistique) les moyens utilisés varient assez peu : tous utilisent un curriculum vitae et un book. Certains les accompagnent d'un site internet quand ils développent une activité annexe en freelance (Agathe, Pierre, Loup).

Les stratégies déployées par les étudiants elles, varient : soit le ciblage est extrêmement serré parce que l'activité choisie est précise (Floréal et Hortense), soit il est géographique (Rose, Pierre, Marguerite), soit enfin les candidatures sont tous azimuts car l'objectif est avant tout de trouver un emploi dans un domaine qui correspond peu ou prou à la formation suivie.

Certains usent de leurs réseaux personnels et professionnels pour orienter leurs recherches (Agathe, Rose), alors que d'autres ont capitalisé sur la visibilité de leurs travaux pour bénéficier d'une offre d'emploi en lien avec leur formation (Pierre, Loup).

2. La reconnaissance et la place dans l'entreprise

Ceci étant dit, j'ai souhaité ensuite m'intéresser aux raisons, exprimées ou non, qui ont motivé les employeurs à recruter tel ou tel profil. Pour cela j'ai tenté de mettre en relation le contenu de leur fiche de poste telle qu'elle leur a été présentée au cours de leur entretien et les missions qu'ils réalisent réellement dans l'entreprise. Mon objectif était de savoir si le choix du candidat était, de façon sous-jacente ou assumée, lié à son genre.

Pour cela j'y suis allée par étape. D'abord, il me semblait intéressant de savoir si les candidats avaient conscience des raisons qui ont joué en leur faveur au moment de l'entretien.

2.1. Les atouts des candidats et les stigmates liés aux métiers de la création

Agathe est la seule qui l'exprime clairement. Elle l'explique à la fois par l'expérience acquise et la pertinence du réseau sur lequel elle s'est appuyée pour rechercher son poste et qu'elle a su exploiter mais aussi sur certaines compétences qui sont convoitées dans le milieu professionnel visé : *« j'ai été prise tout de suite après c'est très, très fluide et simple. Je l'explique surtout selon moi, je dirais que déjà le le réseau et puis surtout l'expérience que j'ai acquise auparavant parce que je pense que les recruteurs sont intéressés par ma maturité, entre guillemets, puisque je peux être relativement autonome par mes expériences passées. Et puis aussi les diverses compétences et les formations que j'ai acquises au fur et à mesure. Et aussi le fait que j'ai aussi mon entreprise en photo et que, du coup, c'est une grosse plus value dans le domaine qui est la communication visuelle. Parce que pour l'employeur c'est tout bénéf ! combiner plusieurs profils comme ça hyper polyvalent »*

Pour les autres, c'est moins évident. Ils vont aller chercher dans leurs compétences pour justifier le choix de l'employeur.

Par exemple Rose va l'expliquer par ses compétences en « *dessin à la main. Bon, ça, c'était quelque chose que je maîtrise et que je pouvais apporter.* »

Comme Hortense qui a su mettre en avant ses compétences lors de l'entretien : « *La plupart des compétences que j'ai acquises à l'école j'en ai parlé et je les utilise. Tout ce qui est les logiciels, les mises en page, tout, tout, tout ce qu'on a appris, à peu près.* »

Pour Marguerite, elle explique le choix de son recrutement par sa capacité à expliquer son approche technique et esthétique du poste : « *J'ai expliqué ce que je faisais avec l'appui de mon book, en expliquant plus ou moins certains exercices, les relations qu'on a pu avoir aussi avec des entreprises, comment ça pouvait se dérouler aussi, montrer ma maturité sur la relation avec l'entreprise, etc. Et décrire un peu ce que je pensais en général du design et de l'architecture d'intérieur. Ça s'est surtout basé là-dessus.* »

Pierre n'a pas d'explication particulière. Son expérience est un peu singulière : il a postulé deux années de suite pour réaliser une alternance avec le même CV et dans la même zone géographique. La première année il envoie 80 CV sans succès, la deuxième une seule candidature suffit pour trouver son poste. Quand on lui demande pour quelles raisons il a été retenu : « *Je ne saurais vraiment pas l'expliquer ! Je ne sais pas si c'est la chance qui a joué ou pas. Je ne pense pas, mais j'ai l'impression que ça a été, je pense, une année difficile pour le design graphique.* »

J'ai cherché à savoir s'il existait des préjugés ou des idées préconçues du point de vue du genre dans les fonctions occupées dans les domaines étudiés des arts appliqués.

Tous affirment que leurs fonctions peuvent être exécutées par un homme ou une femme, sans distinction. Ainsi aucune des personnes interrogées n'a le sentiment d'avoir été recrutée sur un critère de genre.

Pour exemple, que ce soit Marguerite, « *Moi, je pense qu'un homme à ma place aurait aussi complètement sa place.* » Pierre dans le cadre de son auto-entreprise « *Sincèrement, je ne pense pas qu'il y ait une différence. Je trouve, j'aurais pu être une femme, faire exactement le même parcours et exactement le même travail avec*

les mêmes clients, et ça n'aurait rien changé. C'est vraiment ça. Ça n'a pas du tout que ce soit dans le positif ou le négatif. », Hortense « Je pense pas qu'on puisse dire que j'ai été recrutée parce que je suis une fille, je pense qu'ils jugeaient juste en fonction de mes compétences. », ou Loup « Dans le domaine de graphiste ou de DA, je crois pas et que... Non je ne crois pas. Moi, je ne crois pas que ce soit l'intention de l'entreprise, en tout cas. », l'approche du genre dans le recrutement n'est pas vraiment une question car ce sont avant tout leurs compétences qui sont évaluées et non le fait d'être un homme ou une femme.

2.2. De l'importance du genre

Cependant et c'est assez contradictoire les mêmes personnes interrogées sont unanimes : il existe bel et bien des différences d'approches et d'esthétiques liées au genre. Elles sont plus ou moins nuancées sur le sujet, cependant elles s'accordent à dire qu'il existe un art au féminin et un art au masculin. Alors comment ne pas trouver de correspondance entre le recrutement et le genre alors que l'entretien s'effectue à partir de l'examen d'un book qui est le reflet et l'expression artistiques des candidat (voir infra) ?

Pour Pierre la réponse se trouve dans la technique car elle s'aborde de la même façon si l'on est un homme ou une femme, seule l'esthétique diffère : *« Dans le milieu de l'art, ce qui peut aussi être intéressant, c'est le genre, qui va peut-être aussi des fois influencer l'esthétique qu'on va apporter aux choses. Mais la technique en soi est la même. Et donc, que ce soit un homme ou une femme. L'étudiant doit apprendre la technique, mais faire sa propre esthétique. »*

(...) ; pour moi, c'est vraiment l'esthétique qui vient jouer, parce que la technique dans le design, on sait faire, ou on ne sait pas faire. Et après, on en fait ce qu'on veut par contre »

Pour Marguerite, les clichés ont la peau dure, et c'est bien la raison pour laquelle les métiers de l'architecture d'intérieur sont peu prisés par les hommes : *« Je pense que c'est un cliché qu'on peut avoir sur les métiers qui vont être créatifs ou des sous-entendus qu'on a entre architecte et décorateur d'intérieur. On me dit moi aussi souvent. Ben oui, mais tu choisis des coussins et des rideaux. Ah oui, mais aussi il y*

a plein d'autres choses ! Et il y a un peu ce côté bien tenir sa maison, femme au foyer... On a un petit peu toutes ces idées-là qui viennent en tête et je pense que certains hommes peuvent se sentir moins attirés par ce genre de métier, par les petits sous-entendus qu'on fait passer sans même faire attention. »

Ces a priori sont par ailleurs relayés par les médias et pour Marguerite cela ne permet pas de rétablir la réalité technique du métier : *« Maintenant les pubs qu'on voit sur la décoration d'intérieur, c'est toujours interprété par des femmes. Il y a beaucoup de femmes qui sont mises en avant. On met peu en avant le rôle d'un homme dedans (...) Mais c'est vrai, pourtant c'est hyper technique comme boulot, on ne fait pas que de choisir la couleur du... , c'est pas que choisir des couleurs et des tissus qui sont, je trouve, très important aussi. Mais c'est ça l'ensemble. C'est très complet, c'est très complet. Ah ouais, mais tu fais aussi des plans d'électricité, tu fais aussi ça ! »*

Il me paraissait intéressant de savoir si les candidats avaient conscience que le choix de leur candidature était lié ou non à des considérations de genre. Pour cela j'ai abordé la question par le versant des caractéristiques du métier exercé puis des missions qui étaient effectivement les leurs dans l'entreprise.

Bien que Marguerite, nous venons de le voir considère que son métier est fortement marqué par des stéréotypes de genre, dans l'exercice de son métier à proprement parler, ces considérations de genre n'ont pas de prise : *« Dans le milieu dans lequel je suis, je pense que ça ne facilite et ne freine rien. C'est vraiment le travail qui est fait, qui témoigne de... ben, je sais pas ... des compétences, vraiment, c'est vraiment pas quelque chose que je ressens heu... mon genre comme étant un facteur différenciant, vraiment pas du tout. »*

Pour Floréal, pour l'avoir vécu c'est évident certaines écoles ont un recrutement fondé sur des critères de genre.

« C'était plus facile de rentrer dans des trucs plus hauts en étant garçon. Moi, ben... j'ai postulé à des Masters en fait aussi après ma licence pro... j'avais un profil assez moyen. Et il y a des écoles où on m'a dit on a besoin de vous parce qu'il faut plus de garçons dans la classe. (...). Et je pense que c'est plus des histoires de plafond de

verre et de... les garçons sont plus facilement mis en avant ... je saurais pas dire exactement... »

Et cela se poursuit dans son domaine d'activité qui est celui de l'édition qu'il qualifie très clairement de « très masculin » soit par la composition des équipes « *La première était très, très masculine parce que là, ils étaient ¾ de mecs* », soit par la composition de l'équipe de direction où les postes de dirigeants étaient dévolus aux hommes plus qu'aux femmes : « *Dans une autre ou c'était associatif deux femmes, deux hommes avec un président homme et président homme et genre les femmes en dessous en comptabilité et communication.*»

Certaines vont jusqu'à affirmer que les conditions de travail (Hortense) pourraient différer si leurs collègues étaient de l'autre sexe ou plus âgés.

« Parce qu'avec ma tutrice on s'entend super bien, on a plein de points communs comme tout ce qui est les vêtements, la cosmétique, les chats, la décoration. Et du coup, si c'était un homme, je parlerais pas aussi... Ce ne serait pas aussi facile de parler de ça avec lui, je pense. Oui, je lui parlerais plus avec... Je ne sais pas comment dire ça, mais que...plus respectueusement, je le vouvoierais, je ne ferai pas de blagues... je pense. »

« Est ce que c'est quelque chose qui pourrait être lié à l'âge ? Ah ben oui, c'est sûr, je ne parle pas trop aux autres collègues parce qu'ils sont beaucoup plus âgé que moi. »

Floréal pour sa part a constaté dans le cadre de ses expériences que le comportement de ses supérieurs pouvait différer en fonction du genre de la personne à manager. Il donne l'exemple d'une boîte d'édition dirigée par une femme.

Cette dernière avait clairement, de son point de vue, des exigences beaucoup plus fortes envers les femmes : « *Et après la dernière où j'étais, c'était une directrice femme. Mais elle était dans une position assez particulière et... Et pour le coup, là, c'était vraiment bizarre parce que pour le coup, avec tout ce qui était garçons, ça se passait très bien. Les attentes n'étaient pas si hautes que ça, mais avec les avec les femmes, elle était généralement immonde et elle avait des attentes extrêmement hautes. Les stagiaires partaient en pleurant... C'était assez terrible* ».

Et son comportement beaucoup exigeant le mettait mal à l'aise par rapport à ses collègues féminines. *« Il y avait aussi un rapport un peu conflictuel. Avant, c'était surtout la barrière qui était haute. Mais après, il y avait. C'était vraiment non. C'était récurrent, pour chaque stagiaire. Moi, je sais que j'étais dans une situation un peu particulière car j'étais en stage long, mais j'ai vu des stagiaires sur stages courts et les attentes étaient globalement supérieures par rapport à ce que je pouvais fournir en travail aussi. C'était un peu particulier. »*

Pourtant le sujet n'a jamais vraiment été abordé avec sa hiérarchie bien que la situation était assez gênante et Floréal a tenté de se l'expliquer par ce qu'il connaissait de l'expérience de sa directrice *« ça faisait comme en ayant sa propre maison d'édition elle reproduisait ce schéma-là, qu'elle avait vécu dans sa propre expérience... C'est l'impression que j'ai eu, même si je n'ai pas pu en parler avec elle, bien sûr »*.

2.3. Des injonctions liées au genre

J'ai ensuite cherché à savoir si les personnes interrogées subissaient consciemment ou inconsciemment des injonctions liées à leur condition d'homme ou de femme dans l'entreprise.

De manière générale, en ce qui concerne les activités liées directement à leurs fonctions dans l'entreprise, les interviewés s'accordent à dire que leur travail et les missions qui leur sont confiées ne divergent pas du fait de leur genre. Une personne de l'autre sexe ne serait a priori ni avantagée, ni désavantagée. La différence entre les hommes et les femmes se pose sur d'autres critères.

Certaines activités qui dépassent les missions du contrat de travail sont ainsi plus attribuées, consciemment ou inconsciemment, à un sexe ou à l'autre : les tâches que l'on peut qualifier de domestiques et administratives aux femmes, les travaux dits de force ou de bricolage aux hommes.

Une autre différence entre les hommes et les femmes tient à la perception qu'ils ou qu'elles en ont. En effet, là où les hommes considèrent que c'est assez équilibré et que les activités ne sont pas genrées, *« Pour rester dans l'exemple de mon auto entreprise, je fais partie aussi d'un groupe avec plusieurs autres auto entrepreneurs, et il y a beaucoup plus de filles que de garçons. Et ils réussissent autant que moi. Non,*

sincèrement, je ne pense pas que le fait d'être un homme me sert que ça me sert pas de tremplin. » (Pierre), les femmes sont plus conscientes que certaines tâches leur reviennent de fait parce qu'elles sont femmes et qu'elles ne seraient pas naturellement demandées ou subies par les hommes.

Ainsi pour tous les hommes interrogés, il est assez évident que ce qu'on leur demande dans le cadre de leur activité professionnelle n'est absolument pas lié au fait qu'ils soient des hommes et que dans leur entreprise il n'y a pas de différence faite entre ce qu'on leur demande et ce que l'on demande aux femmes. Cela s'applique tant aux activités directement liées au métier qu'à celles qui sont annexes ou qui concourent à la vie collective de l'entreprise.

Pierre prend l'exemple de la pause-café ou des tâches dites ménagères pour justifier sa position : *« sincèrement, je trouve que c'est très égal quand il s'agit de faire le café. C'est aussi bien un homme qu'une femme qui le fait, qui doit le faire et qu'il le fait d'ailleurs ! Quand il s'agit de trier des cartons tout le monde s'y met aussi. Plein d'autres chose encore... quand on vide les poubelles. Tout ça, c'est vraiment 50/50. Et je pense même pour aller plus loin, je pense même qu'on ne se pose même pas la question. »*

Floréal lui aborde des événements qui sont plus annexes à l'activité comme des tâches administratives particulières. Il considère que le fait de travailler dans une petite entreprise cela favorisait l'interdisciplinarité et la prise en charge d'activités diverses. En tous cas, il ne considère aucunement qu'elles soient plus attribuées aux hommes qu'aux femmes : *« ce qui était le plus, on va dire en diagonale comme ça, c'était aller poster des choses à la poste. Mais il le faisait le patron, il le faisait, je le faisais quand il y avait des stagiaires. On le faisait avec les stagiaires. Sa femme le faisait... A Priori, Non c'était pas ... On laisse les femmes le faire comme si ce n'est pas trop lié quand même, si ce même si au final, c'était sa femme qui s'en occupait beaucoup. »*

Pour Loup, si la question ne se pose pas réellement sur ses activités de graphiste, il va plutôt attacher à une intention personnelle le fait de réaliser des tâches *« de force ou plus physiques »* qui selon lui doivent être plus réservées à des hommes qu'à des femmes. *« Dans le domaine de graphiste ou de DA, je crois pas et que je ne crois pas. Et après, sur des tâches, c'est plus peut être par exemple, que monter des tables ou des trucs comme ça. Je pense que c'est moi, naturellement, qui vais aussi vers ces*

tâches-là, qui me propose. J'essaie d'être attentif. Après, si elles ont envie de s'en occuper elles le font ! »

Là où il voit plus une disparité ou en tous cas une répartition des activités bien tranchées c'est dans l'attribution des tâches dites administratives : *« Juste après quand je vois la différence entre l'administration et les profs, je me pose des questions (...), je ressens plus que les femmes sont plus dans les tâches administratives... Je n'ai pas vu beaucoup d'hommes en tous cas.*

Agathe ne relève pas forcément d'activité qui soit plus attribuées aux hommes qu'aux femmes sauf peut-être des activités domestiques : *« des événements à la MDE ou même des apéros entre nous là-bas. Et plusieurs fois, j'ai entendu mes collègues féminines dire c'est toujours nous qui débarrassons, y'en a marre. En tout cas, ça m'a un peu un peu interpellée. »* ou administratives qui ne sont pas réputées être en lien direct avec ses activités de graphistes : *« Ça m'est déjà arrivé d'ailleurs d'avoir heu , mon responsable, qui, me dictait les trucs à écrire sur les réseaux sociaux. Et je disais c'est horrible, j'ai l'impression d'être sa secrétaire. Et ça, c'est cette position là. C'est pas possible pour moi, non ! »*

Les activités hors cadre ou hors temps de travail qu'on lui demande de réaliser sont plus de l'ordre de ses compétences en photographie.

« on va dire que mon gros point fort, c'était les photos (...). C'était un peu délicat parce qu'il me demandait de faire des des photos... Je me rappelle le premier mois, je suis arrivée bon ben il faut que tu fasses des photos, demain soir pour le concert. Ça dépasse mes heures en tant qu'apprenti, et j'avais dû quand même mettre un peu les choses au clair parce que pour eux c'est tout bénéf. Parce qu'ils qu'ils n'ont pas à payer de photographe en tant que prestataire. Mais du coup, je me fais un peu avoir, même si c'est cool et que c'est ma passion. »

Cependant, elle pense qu'un homme dans la même situation aurait subi la même pression : *« l'apprenti qui était avant moi, c'est un garçon. Je pense que comme moi, il ... Du coup, il était pas photographe à côté, donc je pense pas qu'ils l'avaient missionné pour faire des choses comme ça. Je pense pas malgré tout que ce soit par rapport à mon sexe ou mon genre. »*

Ses interrogations peuvent cependant se porter sur le fait que certains hommes veulent conserver le lead lors de réunions. Cela se traduit par une monopolisation de la parole qui laisse peu de place à l'expression de ses collègues : *« Chaque fois en réunion, on ne peut pas vraiment s'exprimer, il prend beaucoup la parole. Il nous laisse pas le temps de dire les choses et deux ou trois fois... Et c'est qu'après, j'ai constaté qu'effectivement, quand il y a des visio, par exemple, il monopolise beaucoup la parole et il ne va pas forcément nous laisser nous exprimer. Alors je ne sais pas si c'est parce que ce sont des femmes ou si, parce que lui, c'est le responsable. Je ne peux pas l'affirmer par exemple. »*

Elle regrette simplement les sous-entendus sexistes qui sont exprimés sur son lieu de travail. Elle précise que c'est « sous le ton de l'humour » mais elle doute que ce soit toujours le cas et en tout état de cause cela l'agace !

« j'expliquais que j'aimerais avoir des conditions de travail un peu plus correctes, et le tout sous le ton de la rigolade. Mais qu'est-ce que t'es chiant? Mais c'est normal t'es une femme enfin c'est un peu sur le ton de la la rigolade. Mais voilà. Et du coup, je savais plus trop comment me positionner si j'avais le droit d'exiger des fois des choses pour mon confort. Et c'est pas juste du luxe. C'était juste le minimum ! »

« Après, il y a beaucoup de choses sur le ton de la rigolade dans mon entreprise et des fois, on rigole et on se dit ouais, c'est pour rigoler. Mais il y a quand même un petit fond de vérité. C'est toujours un peu délicat la frontière »

Rose va encore plus loin, elle estime que les missions qu'on lui fait porter ainsi que certaines tâches qu'elles réalisent ne seraient pas confiées à un homme. *« Comme les trois quarts du temps, je dessinais pas, que je faisais un peu ...un peu la femme de ménage pour nettoyer le magasin, remettre les choses à niveau, faire autre chose. En fait, toutes les compétences que j'ai acquises à l'école ... Ben elles ne servaient pas. (...) Je faisais le ménage, je faisais de la vente, mais il n'y avait absolument rien dans l'entreprise qui me ramenait à mon métier d'architecte d'intérieur. »*

« Les 3/4 du temps, je ne comprenais pas ce qu'il avait fait. Je lui demandais de l'accompagner dans les rendez-vous clients pour leur demander ce qu'ils veulent,

prendre les cotes etc. Faire un accompagnement, quoi ! Mais non, parce qu'en fait, il ne voulait pas délaissé ça. C'est lui qui devait faire et pas moi. »

« Est-ce que si tu avais été un homme les choses auraient été différentes ? - Je pense clairement que oui... Après, c'est compliqué de savoir s'il aurait demandé à un homme parce que les certaines personnes après ça, je pense que ça dépend surtout du caractère. »

Au fil de la discussion, même si au départ Rose était assez convaincue du fait que son recruteur aurait pu tout à fait choisir un homme à son endroit, parce qu'elle justifiait le recrutement par un aspect économique : *« Je pense qu'il aurait quand même recruté un homme parce qu'en fait, il a recruté. Il m'a recruté, moi parce que je faisais une alternance et que du coup, ça lui coûtait rien du tout. »* ; elle revient quelque peu sur ses propos et l'aspect économique du recrutement n'est plus aussi évident : *« Avec les mois passés, je voyais bien que je devenais de plus en plus vendeuse et une vendeuse qui est plutôt mince, plutôt, plutôt jolie et plutôt gentille, ben ça aide plutôt qu'une personne qui tient tête. Donc je pense qu'il y a eu ça aussi. Ça l'a favorisé dans son choix. »*

Enfin Marguerite pour sa part avoue avoir été victime de harcèlement dans le cadre d'un stage, ce qui lui donne le sentiment de n'avoir pas été choisie pour les bonnes raisons, c'est-à-dire pour ses compétences en architecture d'intérieur : *« j'avais l'impression de me dire ben merde ! y voit complètement quelque chose d'autre quand il me voit, il ne voit pas quelqu'un avec qui il va travailler. Moi je croyais qu'il trouvait que mon travail c'était bien... ça lui plait. Bah lui en fait, il voit autre chose, il a pas compris quoi ? Bah oui, il ne s'est rien passé de grave, mais ça a dépassé les bornes. Ça a dépassé les bornes, donc. »*

Rose également a subi une certaine forme de contrainte à se comporter d'une certaine façon du fait de son genre, notamment sur le plan vestimentaire : *« Il fallait que je sois bien apprêtée. Oui, heu un jean, ça passait pas beaucoup. (...) Pourtant c'est pas une entreprise qui vendait du luxe, ... Dans une entreprise comme celle-là on met juste un jean avec un haut qui est très, très habillé, ça suffit. Mais des fois, je voyais que le jean, ça posait problème. Alors que bon il n'y avait pas de problème. Quand je vois certains vendeurs qui mettent des jeans avec des teeshirts, enfin chez les hommes tu vois ils ont le droit de mettre des jeans et des T-shirts ! »*

En résumé, les personnes interrogées considèrent que si leur travail peut être réalisé de la même façon par un homme ou par une femme, il est malgré tout marqué par leur propre sensibilité artistique et que celle-ci est genrée. Par conséquent l'orientation qui est donnée à leurs productions tient à leur appartenance à un genre ou non.

On note également une différence d'attitude de la part des employeurs ou des collègues liée au sexe de la personne : ici on remarquera que les femmes sont plus soumises que les hommes à une dévalorisation de leurs travaux ou à un glissement des missions sur des activités qui ne correspondent pas directement au poste occupé. Ce fut le cas pour Rose et Marguerite qui ont dû « subir » leur positionnement du fait de leur genre.

A l'inverse et à l'image de Floréal, les hommes sont survalorisés et moins mis à l'épreuve que peuvent l'être les femmes. De façon générale, tous les hommes interrogés n'ont pas le sentiment que ce qu'on leur demande dans leur activité professionnelle ne répond pas aux missions relevant directement de leur poste. Au contraire.

J'ai ensuite souhaité comprendre les stratégies mises en place par les personnes concernées par ces marques discriminatoires pour continuer à travailler dans des conditions acceptables à leurs yeux. On remarque ici 3 types de comportement différents.

Le premier consiste en la justification de « faire autre chose » que les missions pour lesquelles le candidat a été recruté pour « *aérer l'esprit* » et « *libérer une énergie* » en réalisant des tâches pour lesquelles il n'est pas nécessaire de réfléchir. C'est la position de Loup : « *Dans ces cas-là c'est que moi aussi j'aime bien ne pas être que derrière mon ordinateur, du coup, c'est que cette tâche me permet un peu de fuir l'ordinateur. D'accord, et c'est pour ça que je vais avoir tendance de temps en temps à aller faire ça.* »

Le second comportement qui est relevé est en quelque sorte une attitude d'évitement : on justifie la non réaction par « *quelque chose qui fait du bien dans un contexte perturbé* ». Ainsi pour Rose qui rappelons-le a subi une obligation à se comporter d'une

façon particulière et à réaliser des tâches domestiques plus que de l'architecture d'intérieur, missions sur lesquelles elle a été recrutée, elle se rebelle intérieurement : « *Des fois, je perdais une heure une heure et demie à faire le ménage sur mon temps de travail. Je me disais c'est pas mon... Mon job merde!* », mais elle est dans l'acceptation de ce qu'on lui demande. Elle le justifie comme une façon de trouver un moment d'apaisement : « *Pour finir en fait le ménage c'était le seul moment où je pouvais être tranquille. En fait, je me déjà, j'étais loin de lui, du patron. Et puis, en plus, ça m'apaisait un petit peu. Comme j'étais seul, ça, ça m'apaisait. Des fois, il y avait des gars d'atelier qui montaient et on discutait un petit peu. Donc, c'était le seul moment calme de la journée on va dire.* »

À terme, Rose quittera son entreprise quelques semaines après cet entretien car la pression de son employeur devenait de plus en plus difficile à supporter et la mettait en danger d'un point de vue psychologique.

Marguerite pour sa part suite au harcèlement qu'elle subit de la part de son employeur est très désorientée et ne sait pas comment réagir : « *Je me suis dit que que merde mais c'est mon patron et là je me suis dis ben mince, on fait quoi dans cette situation ? Bah, ce n'est pas écrit dans les bouquins donc heu.... Et on est un peu déboussolée et en dehors de son corps à ce moment-là. Alors, c'est quoi la bonne réaction à avoir ? Parce que là, c'est pas bien faut dire non.* »

Finalement après avoir partagé avec ses camarades de promos elle prendra l'option de l'éloignement pour mettre fin à la situation de harcèlement : « *J'ai relâché un peu le truc je ne suis pas allée bosser pendant deux jours et après, j'ai repris le projet.* »

Elle n'a pas souhaité donner suite à ces agissements pour ne pas pénaliser le projet entamé avec son établissement de formation : « *À l'école finalement, j'ai pas osé parce que je voulais pas puisque c'était une très belle occasion aussi pour l'école.* », mais elle exprime aussi la volonté de ne pas décevoir ou ne pas inquiéter son entourage proche : « *je n'en ai pas parlé à ma famille parce que ma mère était trop contente que je fasse ça. Je ne voulais pas mettre ça à plat* ».

Enfin le troisième comportement à relever est celui de l'affrontement. C'est Agathe qui va choisir de mettre les pieds dans le plat et d'affronter ses collègues pour faire taire les « traits d'humour » sexistes qu'elle a de plus en plus de mal à supporter : « *Mais la première fois sur le ton de l'humour, je me suis pas vraiment vexée parce que je*

connais un peu, entre guillemets, le personnage de mon collègue et en plus, je m'entends très bien avec lui. Je savais que ce n'était pas méchant, mais quand il y a eu deux fois, trois fois, quatre fois ça, ça m'a vraiment gonflée. Et je ... je lui ai dit. Et depuis c'est calmé ! »

3. Les stratégies envisagées pour accroître sa visibilité

Dans la dernière partie de l'enquête, j'ai souhaité aborder l'avenir des candidats quant à leurs souhaits d'évolutions professionnelles et aux stratégies qu'ils vont mettre en œuvre pour rendre leur expérience visible aux yeux des employeurs potentiels dans le secteur visé. Certaines personnes sondées sont déjà très déterminées et savent précisément quels vont être leurs choix d'orientation. Pour d'autres les perspectives d'avenir sont assez floues et incertaines : elles considèrent que leur projet est incertain et qu'il va falloir s'adapter aux situations qui vont se présenter pour espérer vivre de leur « art ». Nous verrons ainsi que les stratégies différentes adoptées sont plus liées à l'expérience vécue qu'à un désir d'originalité.

3.1. Les perspectives d'emploi

Aucune des personnes interrogées ne sont assurées soit de la pérennité de leur emploi, soit de propositions qui pourraient intervenir à l'issue de leur contrat actuel. Pourtant les trois quarts ont une idée précise de l'orientation qu'elles veulent donner à leur avenir professionnel. Ce sont leurs précédentes expériences qui motivent cette assurance dans le choix de l'orientation qu'elles souhaitent prendre. Tirer les enseignements du vécu semble être pour ces personnes le principal axe sur lequel elles vont baser leur stratégie de recherche.

Prenons l'exemple de Rose : elle n'envisage pas de travailler pour le compte de quelqu'un. Elle s'appuie sur ses différentes expériences professionnelles assez négatives pour motiver son choix : *« J'aimerais trouver quelque chose dans lequel je puisse m'épanouir là. Ce serait bien parce que là il n'avait aucun signe d'épanouissement au sein de l'entreprise avant. Et puis, pourquoi pas se mettre à son compte. Ou alors être associée avec un architecte individuel. (...) Je me vois plus être patronne que devoir subir le patron. »*

Hortense se sent bien dans l'entreprise qui est la sienne aujourd'hui. Son alternance lui permet d'assoir ses compétences et de les développer. Elle répond à ses exigences professionnelles, alors elle envisage de façon assez naturelle de postuler à l'issue de son contrat dans cette même entreprise. Elle dit maîtriser les codes de cette structure et pouvoir mettre en visibilité les sujets qu'on lui a demandé de traiter au cours de cette période de formation. Ainsi, cela lui donne un avantage certain pour décrocher un poste dans la continuité de ce qu'elle a engagé avec l'entreprise : *« J'avais déjà fait une hypothèse là-dessus. Mais comme je travaille avec la boîte x et que j'ai déjà réalisé des trucs pour je pourrais tenter d'envoyer un CV là-bas et comme j'ai déjà travaillé avec eux, j'ai les compétences dont ils ont besoin (...) Dans mon book, déjà, je mettrais les travaux que je fais pour eux. Pour montrer que ça leur a plu, que je peux facilement m'adapter à leur charte graphique ou autre demande. Je peux bien travailler dans leur univers. »*

Loup est dans la même posture qu'Hortense : il se sent bien dans son entreprise et compte y rester encore quelques temps : *« même si je suis encore en CDD je pense que je vais rester encore un peu parce que ça se passe bien et que tout le monde est assez content de mon boulot. »*

Pour Pierre, à l'évidence, s'il devait se remettre en quête d'une nouvelle expérience professionnelle, il ne changerait rien à la stratégie qu'il a mis en place pour ses premiers postes : *« Si j'avais une entreprise à refaire, je le referais de la même manière, quel que soit le domaine d'activité, je pense. En fait, ça a bien marché et je ne vois pas pourquoi je devrais changer de stratégie. J'ai fait des choix et ça a dû être les bons... On change pas une équipe qui gagne ! (rire) »*.

L'avenir semble plus incertain pour Floréal : la réalité économique et du marché en ce qui concerne l'emploi des graphistes l'emporte sur ses désirs de vivre de ses compétences artistiques *« Je me pose toujours la question de savoir s'il ne faudrait pas que je fasse un truc complètement annexe à côté. Juste faire une formation de comptable pour avoir des rentrées d'argent garanties pour pouvoir avoir une pratique à côté, avoir un travail qui n'est pas lié avec ce qui m'intéresse et avoir un boulot alimentaire en fait. »*

Chez Agathe, c'est plus une incertitude liée à son âge et à son envie de devenir mère. *« Mais déjà, quand J'aurai terminé, j'aurai 32 ans, donc peut être la stratégie, ça va*

être aussi heu... Et j'ai pas forcément construit des stratégies, je ne sais pas trop encore. Parce que franchement, je vais arriver dans la tranche d'âge dans laquelle on a des enfants. Et les employeurs, s'ils me demandent si je compte faire des enfants je vais avoir du mal à dire non. »

Même si elle annonce clairement que si ses perspectives professionnelles lui offrent un meilleur statut qu'à son compagnon, il mettrait sa carrière entre parenthèses pour laisser Agathe exercer et guider les choix de vie « *Il m'a même dit le jour où tu gagnes bien ta vie moi limite, si je peux arrêter de travailler, ça me dérange pas et être père au foyer ça ne poserait aucun problème. »*, elle admet être réticente à l'idée de faire passer sa carrière avant une vie de famille « *Mais je pense que c'est moi qui me culpabiliserai de laisser mon enfant à quelqu'un d'autre ou même un conjoint (...) Je pense, en tant que mère, de laisser mon petit bébé. Je pense que c'est surtout moi qui me crée des freins, pas la société »*.

3.2. Utiliser le potentiel des réseaux numériques

Quand on parle de réseaux sociaux, on évoque ici les réseaux sociaux professionnels numériques : LinkedIn ou dans une moindre mesure Viadeo. Les plateformes type Yypeek, Monster ou Indeed n'ont jamais été mentionnées. Moins de la moitié des personnes pensent tirer avantage des réseaux sociaux dans leurs prochaines recherches d'emplois. Elles considèrent que les réseaux sociaux peuvent être un tremplin pour promouvoir leurs travaux et leurs compétences.

Par exemple Hortense « *c'est aussi assez facile de se faire connaître sur LinkedIn, je trouve. »* ou Marguerite « *Je suis sur LinkedIn. Pour l'instant, je m'en suis pas servi encore beaucoup. C'est histoire d'être placée dessus, mais moi, je trouve ça très bien. »* ou encore Rose : « *Je me sens beaucoup plus active sur les réseaux sociaux, que ce soit sur Facebook ou sur LinkedIn. Parce que c'est , Facebook c'est quand même, il y en a beaucoup... il y a beaucoup plus d'entreprises que sur LinkedIn qui connaissent pas. Ça fait quand même une porte en plus. LinkedIn heu où j'essaye d'avoir des relations avec certains architectes d'intérieur. »*

Mais, et c'est assez paradoxal, pour deux d'entre elles, elles avouent parallèlement ne pas savoir comment les utiliser et comment cela fonctionne réellement.

A propos de LinkedIn, Marguerite avoue : « *J'ai pas encore tous les codes pour utiliser, je pense au mieux. Pour l'instant, ces nouveaux réseaux sociaux professionnels, mais je trouve ça bien, sachant que l'on peut atteindre des gens de plus loin, ou faire voir des choses aussi. Grâce à ce réseau-là, je trouve que les plateformes numériques peuvent être un outil que je pense que j'utiliserai. Oui, j'utiliserai quand je vais être peu plus confrontée à la directe recherche d'emploi, par exemple.* »

A la question de l'efficacité, elle dit : « *J'en sais rien ? Mais c'est à essayer, je pense.* »

Hortense, de la même manière déclare : « *Je pense notamment à LinkedIn. Aujourd'hui je ne publie rien parce que je ne sais pas quoi mettre dessus.* »

Concernant les pratiques associatives qui permettent de mettre en visibilité une offre créative commune seul Pierre a expérimenté : « *Pour rester dans l'exemple de mon auto entreprise, je fais partie aussi d'un groupe, non officiel avec plusieurs autres auto entrepreneurs* ».

Aucune des personnes interrogées n'a connaissance de plateformes dédiées au monde artistique : Behance, Creativepool ou autres.

La virtualité des échanges, des réseaux, des cooptations ne semble pas plébiscitée par les interviewés. Le réseau physique traditionnel reste selon eux le meilleur moyen de se faire reconnaître par le milieu et de se rendre visible.

Marguerite et Floréal sont enclins à la constitution d'un réseau social physique qui leur permettra d'avancer leur jeu le moment venu. Ils comptent tous deux davantage sur les échanges qu'ils vont pouvoir constituer tout au long de leurs études que sur des hypothétiques contacts. L'objectif étant de capitaliser sur ce qu'ils auront acquis dans un cadre relationnel avec des contacts qui seraient pourvus des mêmes valeurs et avec lesquels ils auront déjà partagé une expérience positive. Pour Marguerite : « *Le relationnel dans le travail, ça peut me servir vraiment. Je peux avoir des gens avec qui ça se passe bien qui peuvent rester dans mon cercle professionnel et avancer un peu avec des gens avec qui je sais ça va bien se passer. Parce qu'il y a une dynamique, des valeurs qui sont similaires.* »

Floréal a pour sa part conscience que le carnet d'adresse ça ne se travaille pas au dernier moment et qu'il faut l'entretenir : *« c'est toujours le problème de ces milieux artistiques. Il faut énormément de réseau et ça tourne beaucoup au réseau et c'est des des choses. Pour l'instant, mon réseau n'est pas encore fait dans ces milieux-là. J'en ai un peu dans le milieu édition et il se délite un peu, il faut que je l'entretienne plus. »*

3.3. Faire le choix de l'anonymisation ou jouer de son genre

Même si les hommes interrogés sont moins rétifs à l'idée d'anonymiser leur projet créatif et de s'exposer sur le marché sans pour autant mettre en avant leur personne, qu'ils sont globalement plus ouverts à l'expérience de l'anonymisation que les femmes, le procédé reste très peu usité et envisagé.

Pour Pierre par exemple, l'anonymisation n'est pas un frein à sa visibilité. Il ne fait pas mention de son genre sur son site internet lorsqu'il fait la promotion de son travail. Le nom de sa société est non genrée et pour lui *« Si un client ne regarde pas en détail mon site internet, il ne sait pas que je suis un garçon ou une fille. Lorsque j'agis sous le nom de mon entreprise ... le moindre contact que je vais avoir il ne peut pas vraiment savoir si je suis un garçon ou une fille à part, si on échange beaucoup et que je communique avec lui. Je vais devoir genrer dans ma conjugaison et c'est à partir de là que je lui donne l'indication »*.

Ce choix lui est assez naturel et il le justifie par son propre regard en qualité de professionnel : peu importe le genre c'est la compétence qui prévaut : *« que ce soit un homme ou une femme après... moi je parle comme si c'était moi, je regarde le travail avant tout. »*

Floréal est plus réservé quant à l'anonymisation, il déclare clairement que *« faire une présentation de mon travail anonymisée ou même « dégenrée » en fait c'est quelque chose qu'il me serait difficile à faire spontanément »*.

Il explique que son expérience et sa connaissance du monde du travail des arts appliqués lui font dire qu'il est plus favorable aux hommes qu'aux femmes : *« Avec ce que je sais, ce que j'ai lu, je me doute bien qu'en moyenne, en me présentant comme un homme, j'aurais forcément plus d'avantages parce que statistiquement, a priori,*

c'est quand même ceux qui sont surreprésentés, après heu..., je pense qu'on est dans un monde où c'est le cas où je suis avantagé rien que pour ça déjà. »

Mais il dit aussi ne pas souhaiter jouer de son genre pour se faire reconnaître et prendre un avantage sur les femmes qui se présenteraient sur le même poste que lui : *« Mais je ne sais pas à quel point ça vaut le coup de le mettre en avant. J'aimerais bien ne pas à avoir à en jouer en me présentant, en me présentant de manière neutre. »*

Dans le même ordre d'idée Marguerite ne trouve pas opportun de donner une orientation genrée à ses candidatures. Elle réaffirme que les compétences sont plus importante que le genre du candidat : *« Pour moi, c'est un peu naturel aussi, de le faire de manière non genrée. Je fais de manière très spontanée et comme ça me vient. Et je ne mets pas une intention genrée féminine pour la créativité ou masculine pour le technique. À certains moments, par exemple, ça va être moi et je suis moi. Et après? Le genre est vraiment quelque chose que je ne mets pas en avant et que je n'aimerais pas mettre en avant. »*

Quant à Loup, l'anonymisation, la neutralité, l'utilisation d'un pseudonyme sont des freins à la visibilité du travail : *« Je trouve que comme dans l'art contemporain je crois que l'anonymat, c'est peut-être un frein. J'ai l'impression que c'est toujours une histoire de nom. Même avec un pseudonyme. Oui, si ça prend. Mais on ne peut pas y voir que de bons côtés. (...) j'ai l'impression qu'il y a moins d'humanisation. Les gens se projettent moins sur la personne. Et puis quand on parle pas de soi, je pense que du coup, on ne s'intéresse pas au public en faisant ça. »*

Par ailleurs il doute sérieusement qu'un employeur soit en mesure de choisir un candidat s'il ne sait pas s'il a affaire à un homme ou une femme : *« Mais est ce que un employeur serait prêt à prendre un salarié sans savoir si c'est un homme ou femme? Franchement ça me paraît pas possible »*. Et pourtant, Loup était de ceux qui au début de l'entretien affirmaient que son travail pouvait invariablement être réalisée par un homme ou par une femme.

Hortense a la même position affirmée : *« moi, je préfère que les employeurs voient qui est derrière, qui est derrière tout ça. Je trouve que c'est bien de mettre notre visage ou un visage derrière une œuvre d'art. Et puis ce qui compte ce sont les compétences*

non ? Alors que ce soit celles d'un homme ou d'une femme ça peut pas, ça doit pas jouer.»

Elle le justifie par l'image de soi que cela donne aux employeurs : *« Je trouve que ça met de la confiance que de dire qui on est : c'est comme mettre une photo sur son CV. C'est comme ça que tu t'identifies. »*

Pour toutes les femmes interrogées, il est difficile de se départir de son genre dans le cadre de la présentation de son travail : il est le reflet de leur personnalité, de leur être, de leur sensibilité et donc de leur genre.

Pour Rose par exemple, il est clair que son travail est marqué du sceau de sa féminité : *« Moi je revendique que je suis une femme au travers de mon travail. De toute façon ça se voit et je ne suis pas trop du style dans ma vie de faire des trucs non genrés. Et ça même si je sais que pour une femme c'est plus dur et ben ça reste un atout d'être une femme et j'ai envie d'en user... et pourquoi pas d'en abuser (rire un peu gêné). »*

Elles ne sont pas toutes prêtes comme Rose à en user pour obtenir un emploi. Ce qui compte avant tout ce sont les compétences qu'elles démontrent qui priment même si elles sont conscientes qu'il est difficile de savoir où mettre le curseur parfois.

Marguerite est catégorique, elle n'a pas peur de dire qui elle est parce que les employeurs viennent avant tout la chercher pour des compétences pas parce qu'elle est une femme : *« Si mon genre gêne eh ben si les gens ça les gêne, en fait j'ai pas envie de les rencontrer. Si y a quoi que ce soit à dire dès le CV, ben c'est pas la peine d'aller plus loin ! Et puis on n'est pas sur Tinder ou je ne sais quoi (RIRE), on est là pour du taf, alors si on peut plus être soi-même ça craint !»*

Idem pour Hortense qui nuance un peu sa position en fonction de la taille de l'entreprise à laquelle elle pourrait avoir à faire, à l'activité de l'entreprise et au métier pratiqué : *« Pour moi quand on recrute quelqu'un c'est pour ses compétences mais ça dépend toujours de la boîte vers laquelle tu te tournes. Dans les grosses boîtes c'est toujours aux compétences qu'ils jugent. Ils ont pas de temps pour s'attarder ni au physique ni au genre, je pense » (...)* *« ça dépend de l'activité de la boîte et de ton taf dans la boîte, par exemple le graphiste en tant que tel il risque pas grand-chose à être une femme ou un homme ».*

Agathe aimerait faire preuve de plus de neutralité « *pour que les gens soient intéressés par ce que je fais, et pas par ce que je suis, même si pour moi, les deux vont de pair parce que dans mes créations, je donne une petite partie de moi. Donc même si c'est du faire et il y a quand même de l'être* », mais elle ne souhaite pas non plus complètement effacer ce qu'elle est et son statut de femme : « *je n'ai pas voulu rentrer dans ce cliché parce que je suis, je sais pas, une jolie fille ou quoi que ce soit.* »

DISCUSSION

L'analyse de ces verbatims, amène à s'interroger sur 3 grandes thématiques qui sont les suivantes :

- La capacité des jeunes designers à appliquer une méthodologie leur permettant de se distinguer dans leur milieu professionnel. Nous verrons que si la création artistique et l'innovation font partie intégrante de leur formation initiale pour aborder les projets, les designers ne l'utilisent pas « naturellement » dans leur recherche d'emploi. Ils déploient d'autres moyens pour arriver à leurs aspirations professionnelles ;
- Les préjugés et les stéréotypes limitent la performance, notamment celles des femmes dans l'exercice de leur métier de designer. Nous verrons ici que les femmes sont soumises à une double pression : celle qu'elle s'inflige elle-même et celle que la société leur impose ;
- La recherche de moyens pour lever les freins de la discrimination au recrutement des femmes dans le design. Nous étudierons quels sont les formes que peuvent prendre les candidatures pour palier les discriminations liées au genre des candidats.

1. Les créatifs déploient des stratégies de recherche d'emploi innovantes.

La population étudiée est composée de designers, à la fois designers d'espace et designers graphiques. Tim Brown²³ disait du designer « qu'il n'est pas un pur intellectuel mais un homme -ou une femme- qui pense avec ses mains ». En effet, à mi-chemin entre le marketeur qui analyse le marché et les tendances, et l'ingénieur qui se concentre sur le « comment », « le designer se concentre sur l'usage, l'utilisateur, l'ergonomie et le pourquoi »²⁴.

Ainsi, si l'on considère que le design tient d'un processus itératif de créativité, il invite à une réflexivité permanente, toujours en mouvement qui pousse à l'innovation. Même si le cadre du designer est fortement marqué par les contraintes imposées par le projet,

²³ BROWN T., *L'esprit design, le design thinking change l'entreprise et la stratégie*, Paris, Pearson, 2010

²⁴ CHARLET N., *Design échanges*, Bordeaux, FDNA, 2021

le client, les besoins exprimés, il n'en reste pas moins que la méthodologie design induit une course à l'innovation.

Aussi le design thinking rompt avec la vision « romantique » de la créativité : Annabelle Puget²⁵, design thinker et architecte pose qu'« *être innovant, ce n'est pas être "inspiré" de manière sublime et aléatoire, mais adopter une perspective programmatique et collaborative à partir d'un objectif* ».

Ce cadre étant posé il m'est paru intéressant d'analyser la capacité du designer à appliquer la méthodologie design dans sa quête d'emploi et de rechercher les outils qu'il entend utiliser pour faire reconnaître ses connaissances et compétences.

1.1. Forme de la candidature à l'ère du web 2.0

1.1.1. Un conformisme sur la forme

Les étudiants interrogés font majoritairement preuve de conformisme dans la forme qu'ils donnent à leur candidature. Aucun mode de recherche innovant n'est à relever : on reste sur un schéma classique : CV – lettre de motivation – book²⁶, ce qui tranche avec l'image de créativité et d'innovation que l'on pourrait leur assigner.

Chaque support est différent car son contenu est le reflet du designer qui le produit, et pourtant, il ne se différencie pas par la forme, son contenant. Nous sommes dans une sorte de « prêt-à-penser » selon l'expression consacrée de C. Tardy et Y. Jeanneret (2006) dans leur analyse sur l'usage du logiciel Powerpoint par les acteurs de la communication et du marketing.

Si l'on rapproche la forme des candidatures de nos 7 designers aux constats de Tardy et Jeanneret, on y trouve une grande similarité. Ils répondent à une injonction dictée par la profession : la réalisation d'un book, qui conduit à présenter son travail de façon synthétique et efficace, comme pourra le faire n'importe quel autre designer. Bien que le contenu diffère, il est nécessaire de jouer d'ingéniosité et de réflexivité pour en faire un support qui lui soit propre.

Pourtant la forme bien que libre, est contraignante. En effet, si l'on se place du point de vue de l'objectif du book (convaincre l'employeur sur les compétences du candidat), celui-ci doit correspondre à la temporalité que peut lui réserver l'employeur au moment où il le reçoit. Il ne devient le support de l'oralité qu'au moment de l'entretien. Il doit

²⁵ Annabelle Puget est design thinker. Après 5 ans en agence d'architecture et plusieurs années à consacrer ses vendredis à l'organisation d'ateliers de design thinking, elle crée Atypie en 2015 pour que ce soit tous les jours vendredi. Elle accompagne des entrepreneurs dans la création de leur offre et aussi des équipes de R&D sur les questions d'usages.

²⁶ v. exemple en annexe 3

donc être « un document suffisamment autonome pour garder son sens une fois dépouillé de sa partition orale » (Tardy et Jeanneret, 2006).

Il est courant de dire que les contraintes de formes s'accordent mal avec l'esprit du designer qui préfère s'abstraire de tout cadre pour explorer le champ des possibles. Pourtant, le conformisme exprimé dans la forme de leur candidature me fait dire que, comme le remarquait Tardy et Jeanneret en 2006, malgré leur savoir-faire, les designers interrogés exercent « *un mode d'écriture (ou de conception) manipulateur* » pour faire de leur candidature l'expression de leur production personnelle en déployant plus ou moins de virtuosité dans la reconfiguration des pages.

1.1.2. Les raisons supposées du conformisme

Les résultats de ces candidatures classiques sont partagés. Ainsi pour certains avec un même CV, les résultats diffèrent littéralement en fonction du moment où ils candidatent. Pour d'autres, aucune candidature n'a été nécessaire pour trouver leur premier emploi, ils ont été recrutés sans passer par la case « candidature » soit du fait de leur réseau, soit de leur compétence spécifique recherchée. Globalement, les personnes interrogées ont été recrutées assez rapidement sans avoir pour autant à multiplier les candidatures sur un temps long.

L'une des raisons qui peut être avancée est celle liée à la nature de l'activité des entreprises qui sont à la recherche des profils étudiés. En effet, les structures sont assez classiques et ne présentent pas un schéma organisationnel qui inciterait à proposer des candidatures faisant montre d'innovation particulière ou nécessitant outre dans le métier proposé (chargé de communication, architecte d'intérieur) une originalité qui pourrait se révéler décisive et déterminante dans le choix du candidat (l'IT par exemple). En effet, on reste sur des activités traditionnelles telles que le bâtiment, l'hôtellerie, le commerce, la fonction publique, l'édition ou l'enseignement avec des schémas organisationnels classiques loin de la start-up ou de l'entreprise nouvelle génération ou high-tech.

Une deuxième raison qui pourrait expliquer ce conformisme est que les étudiants ou les jeunes actifs interrogés ont trouvé leur emploi très rapidement et n'ont pas eu à déployer de stratégie plus innovante. Ils bénéficient de l'élan donné par leur école.

Cette dernière montre des statistiques très favorables pour les étudiants qui après obtention de leur diplôme, se lancent dans la vie professionnelle.

Enfin une troisième raison liée à la précédente, tient sans doute, pour les emplois en alternance, à une mesure économique : une prime exceptionnelle aux entreprises accueillant des alternants, dans le cadre du plan « un jeune, une solution », octroyée par l'Etat pour favoriser l'emploi en alternance en France en 2020²⁷. En effet, dans le secteur privé, les contrats d'apprentissage ont fait un bond de 37% au niveau national²⁸. Les employeurs ont moins hésité à recruter et se sont peut-être montrés moins exigeants sur la forme de la candidature en se focalisant davantage sur les compétences présentées.

1.2. La place des réseaux sociaux numériques dans la stratégie de recherche d'emploi

La première approche s'est positionnée assez naturellement vers ce qui guide notre quotidien : les réseaux sociaux professionnels numériques. Ils sont par essence une vitrine dans laquelle l'originalité utilisée par l'auteur des œuvres donne des chances d'être sinon lus, au moins vus par les recruteurs.

Le seul réseau social professionnel cité est LinkedIn. Certes il est utilisé de façon active en France par 10,7 millions de membres et 75% des utilisateurs ont entre 18 et 34 ans²⁹, cependant des plateformes comme Jobteaser (4 millions d'utilisateurs par an), Indeed (7 millions d'utilisateurs par mois) ou Xing (le réseau social pour la recherche d'emploi qui monte) sont totalement occultées alors qu'elles représentent une part non négligeable dans la recherche d'emploi au niveau national. Il en est de même pour Behance, site web particulièrement orienté vers les artistes qui permet de poster et de diffuser son book sur un réseau fréquenté par les professionnels. Il a vocation de rendre visibles les projets publiés et de mettre en relation des créatifs avec des entreprises ayant des projets à réaliser. Behance a su s'imposer comme le premier réseau social créatif au monde avec 10 millions d'utilisateurs (chiffres de juillet 2018)³⁰.

²⁷ <https://travail-emploi.gouv.fr/formation-professionnelle/entreprise-et-alternance/aide-exceptionnelle-apprentissage>

²⁸ <https://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/chiffres-apprentissage-2021.pdf>

²⁹ <https://blog.digimind.com/fr/tendances/linkedin-chiffres-incontournables-france-et-monde#chiffresFR>

³⁰ [« On Using Graph Database technology at Behance. Interview with David Fox | ODBMS Industry Watch »](#)

La notion de partage des productions réalisées par les étudiants/alternants en architecture d'intérieur ou en direction artistique, dans un but de recherche d'emploi apparaissait comme un angle intéressant à explorer. En effet, le numérique, omniprésent et vu comme un médium à moindre coût, peut démultiplier la visibilité des candidatures si les bons codes de diffusion sont utilisés. Il est sensé « booster » le partage des compétences ainsi réalisé et rendre visible une offre sur un large spectre d'internautes.

Là où les jeunes gens interrogés y voient une formidable ouverture possible sur leurs œuvres, ils n'entrevoient que très vaguement en quoi ces réseaux sociaux numériques vont leur permettre de chercher et trouver un emploi dans leur univers professionnel.

Ainsi dans 90% des cas les candidatures sont classiques et sont boostées par le réseau professionnel physique construit au fil des expériences professionnelles ou par l'environnement scolaire et/ou universitaire qui fait jouer son propre réseau d'entreprises partenaires et pourvoyeuses d'emplois dans le bassin étudié.

L'utilisation des réseaux sociaux numériques reste très superficielle : pour Marguerite par exemple « *je suis sur LinkedIn. Pour l'instant je ne me suis pas servi beaucoup. C'est histoire d'être placée dessus (...), je ne sais pas vraiment comment ça fonctionne. Quels sont les codes de ces réseaux-là.* »

Un autre constat flagrant est la méconnaissance des réseaux professionnels constitués d'artistes³¹ et de professionnels des arts appliqués, de la communication ou de l'architecture. Ces réseaux proposent des plateformes qui centralisent des offres ou des candidats à la recherche d'un emploi dans ces domaines et leur donnent des formats originaux qui permettent aux candidatures de se démarquer. Bien que certains interviewés soient ouverts à tester ce type de plateformes professionnelles, ils privilégient leur zone de confort et restent sur les acquis et leurs propres réseaux sans oser se lancer dans un univers « pro » dans lesquels ils n'ont – à leur sens – pas encore d'ouverture.

Ils sont persuadés à cet égard, que les réseaux professionnels fonctionnent sur un mode de cooptation corporatiste. Ils ne se sentent pas légitimes à entrer en contact avec ces réseaux du fait de leur « petite expérience » dans le métier. Ils ont encore

³¹ <https://eode9.com/les-10-meilleurs-reseaux-sociaux-pour-les-artistes/>

tendance à se considérer encore comme des « étudiants » et non des professionnels en tant que tels.

1.3. La prépondérance des réseaux physiques sur les réseaux numériques dans le recrutement

L'analyse des résultats fait apparaître que ce sont les réseaux sociaux physiques qui permettent dans la plupart des cas de trouver un emploi. Aucune des personnes interrogées n'a été recrutée sur un autre mode.

C'est souvent l'établissement de formation qui est à l'origine de la mise en relation avec le futur employeur. L'interaction sociale entre le recruteur et le candidat fera le reste en termes de recrutement.

Les personnes interrogées s'appuient davantage sur les réseaux de leur école qui leur semble suffisant pour se lancer dans le monde professionnel. En effet, la majorité d'entre eux ont pu trouver leur alternance par l'entremise de leur établissement. Très peu d'entre eux ont pris l'initiative de postuler dans des entreprises n'ayant aucun lien avec leur école. Ils ont trouvé leur premier poste en répondant aux annonces qui leur ont été conseillées par leur établissement ou de partenaires avec lesquels ils ont pu travailler dans le cadre de leurs études. C'est rassurant car ils ont le sentiment d'être « protégés » et de ne pas plonger dans un univers totalement inconnu.

On ne notera pas de différence majeure entre les hommes et les femmes de ce point de vue. Le fait d'être « porté » par son école, permet de donner une crédibilité au candidat et de valoriser de fait ses compétences. L'apport des réseaux sociaux physiques ne semblent pas être plus favorable à l'un ou l'autre genre.

Dans des études précédemment entreprises, on pouvait constater une différenciation importante quant à la création de liens sociaux dans les milieux artistiques. En effet, Marie Buscatto constatait une prédominance masculine dans les réseaux du monde de l'art et une difficulté plus importante reconnue aux femmes pour accéder à la visibilité de leurs œuvres, ou trouver du travail (Buscatto, 2015).

Il semble ici, que le réseau social créé par l'entremise de l'établissement de formation, soit plus neutre et privilégie les alumnis sur leurs compétences et ce quel que soit leur

genre. On se trouve ici plus dans un entre-soi de compétences que dans un entre-soi de genre.

1.4. Une utilisation des réseaux différenciée en fonction du genre

Cependant, une différence est remarquable selon que l'on soit un homme ou une femme. En effet, les hommes interrogés sont en majorité mieux informés et plus enclins à l'utilisation des réseaux sociaux et autres plateformes numériques spécifiques à l'exposition virtuelle de leurs travaux artistiques que ne le sont les femmes. Ces dernières utilisent davantage les réseaux sociaux classiques pour leur recherche d'emploi et n'usent pour ainsi dire jamais des réseaux numériques dédiés.

Pour utiliser des réseaux spécifiques, cela suppose de les connaître. Or, a priori seuls les hommes interrogés déclarent les utiliser et en avoir une meilleure connaissance. À la question « Diriez-vous qu'il existe un phénomène de cooptation de genre sur ces réseaux ? », les personnes interrogées répondent catégoriquement « non » mais reconnaissent cependant que peu de femmes se manifestent et sont présentes sur ces plateformes sans pour autant savoir l'expliquer. Les raisons qui pourraient expliquer une présence majoritairement masculine sont méconnues et les hommes interrogés nient clairement l'existence d'un caractère sexué des réseaux ainsi constitués.

Par ailleurs, ce qui paraît assez contradictoire, c'est que les hommes arrivent, bien qu'en étant minoritaires dans les formations artistiques, à faire prévaloir un entre-soi masculin ou une préférence masculine. Les femmes ne montrent pas de disposition particulière, à part dans les milieux « féministes », à s'organiser pour construire des réseaux féminins qui pourraient s'imposer rien que du fait de leur supériorité numérique. En effet, toutes les jeunes femmes interrogées confirment avoir évolué dans des classes soit exclusivement soit majoritairement féminines.

Cependant, elles n'expriment pas un besoin, ou même l'envie de se regrouper pour former des collectifs de professionnelles à la sortie de l'école et organiser leur présence sur le marché de l'emploi pour être plus visibles. La recherche d'emploi reste une démarche individuelle dans laquelle il est important d'exister individuellement et de se démarquer. Pour Marie Buscatto (2015), cela toucherait aux « différences de socialisation entre les hommes et les femmes ». Les femmes créeraient « des liens

sociaux moins efficaces aussi bien pour trouver du travail, (...) que pour réaliser des œuvres d'art de manière collective ».

L'association de diverses compétences dans un collectif de professionnels est en effet méconnue, voir inconnue et ne semble pas séduire la majorité des personnes interrogées, hommes et femmes confondus. Une seule personne en a fait l'expérience (Pierre) et semble en être satisfait. L'association de différentes compétences permet de répondre plus globalement à un cahier des charges qui parfois demande un spectre étendu de compétences qu'une seule personne n'est pas toujours en mesure de porter. Ces collectifs sont souvent synonymes de visibilité accrue car ils proposent de larges compétences.

La corrélation entre l'activité artistique et la mise en place de stratégies innovantes sur les réseaux sociaux dans le cadre de la recherche d'emploi n'est pas du tout évidente. Les candidats à l'embauche, s'ils font preuve de qualités artistiques indéniables acquises au cours de leurs parcours d'études ne font pas d'utilisation systématique ou intempestive des réseaux sociaux professionnels numériques dans leur recherche d'emploi. Ils vont davantage soigner la présentation de leurs expériences et mettre leurs compétences en avant mais ceci dans un cadre très conventionnel - type CV, book ou parfois pour les plus audacieux en créant leur propre site internet – ce qui ne relève pas de l'innovation dans le monde des arts appliqués.

2. Les freins au recrutement : autolimitation et injonctions

Les principaux freins au recrutement dans le milieu du design sont liés à une autolimitation inconsciente des designers et aux injonctions de la société.

Les personnes interrogées présentent toutes -de façon plus ou moins importante- des doutes quant à leurs compétences pour s'imposer dans le monde du travail.

Cela a tendance à mettre à mal leur confiance en elles et leur performance en entretien préliminaire (Berthe, 2016). Cette mésestime de soi a pour conséquence directe des exigences en termes de salaires ou de responsabilités qui sont assez basses. Elle ne stimule pas les candidats à demander un poste à la hauteur de leurs compétences car ils s'estiment encore avoir besoin d'apprendre et ne se sentent pas aptes à prendre en responsabilité des projets d'importance. Pourtant lorsque l'on rentre dans le champ

de leur activité de terrain, ils entreprennent des chantiers d'envergure et la confiance de leur employeur est totale ou quasi-totale : autonomie sur la conduite de projet, la construction de pistes créatives, la relation clients et le suivi de projet (Marguerite, Loup, Pierre, Hortense).

D'où vient cette distorsion entre la réalité et le manque d'estime de soi ?

2.1. Les origines de la distorsion entre la réalité et estime de soi

2.1.1. Les biais cognitifs

Le biais cognitif est un mécanisme de pensée à l'origine d'une altération du jugement. Le terme de biais fait référence à une « *déviaton systématique de la pensée rationnelle*³² ». À cause des biais cognitifs, la prise de décision est faussée.

Olivier Sibony dans son ouvrage « Vous allez commettre une terrible erreur » en 2019 rappelle que dans le cadre du recrutement les biais cognitifs influencent les décisions des employeurs et « *leur font commettre des erreurs de raisonnement systématiques* » de manière inconsciente³³.

Si cela se vérifie du point de vue de l'employeur, les biais cognitifs ne peuvent être exclus de l'analyse comportementale du candidat au moment du recrutement.

2.1.2. Les normes sociales

Une autre piste vient sans doute des stéréotypes et des préjugés qui véhiculent une image déformée de la réalité et conduisent à une autocensure professionnelle consciente ou inconsciente. « La force des préjugés sexistes est encore telle que les femmes elles-mêmes les ont intériorisés. Même quand elles sont libres de leurs choix et brillantes, elles s'autolimitent en se montrant moins ambitieuses que leurs collègues mâles et hésitent à surmonter le coût psychique que représenterait le désir de s'imposer dans certains secteurs réputés masculins » (Gazalé, 2017).

Les stéréotypes sont définis par Jacques-Philippe Leyens comme des « théories implicites de personnalité que partage l'ensemble des membres d'un groupe à propos

³² Wikipédia

³³ https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/02/22/une-multitude-de-biais-cognitifs-faussent-les-decisions-d-embauche_5426615_3232.html

de l'ensemble des membres d'un autre groupe ou du sien propre » (Leyens 2006, p.67). Autrement dit ce sont « des images dans nos têtes » pour reprendre l'expression de Lippmann dans « *L'opinion publique* » (1922, p.3).

Ils représentent « des clichés, images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social et qui déterminent à un plus ou moins grand degré ses manières de penser, de sentir et d'agir³⁴ ».

Simone de Beauvoir en 1949, dans « *Le deuxième sexe* » émettra l'idée selon laquelle les inégalités professionnelles peuvent être la résultante d'un enfermement dans des rôles sociaux établis et conduisent à un sentiment de culpabilité si ces normes sociales sont « enfreintes ».

Nous verrons comment ces normes sociales freinent l'ambition professionnelle notamment chez les candidates et conditionnent un certain idéal de la réussite au travail.

2.1.3. Le syndrome de l'imposteur

Le syndrome de l'imposteur est un état psychologique dominé par le doute de sa propre performance et qui lui fait penser que ses réalisations sont plus le fait de la chance que de ses compétences et de son travail. C'est un sentiment de compétence déformé, irréaliste et insoutenable (Young, 2001).

Ce sentiment peut lui aussi pousser à une représentation erronée de sa compétence et avoir des conséquences importantes sur le comportement en entreprise.

2.2. L'expression de la distorsion en exemples

L'existence de constructions sociales, organisationnelles et culturelles conduit à identifier des comportements « féminins » et « masculins » considérés comme « naturels » et « normaux » pour les unes ou pour les autres (Berthe, 2016).

Les présupposés sociétaux peuvent en être les causes et amènent certaines catégories de personnes à remettre perpétuellement en question leurs compétences ou leur efficacité professionnelle. Marguerite en est le parfait exemple. Elle dévalorise

³⁴ *Nouveau vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines*, A. Colin, Paris, 2005, nouvelle édition, p.532.

son travail en en minimisant la qualité : *« j'ai toujours tendance à dire, que ce que je fais. C'est pas dingue ou c'est pas mieux ? Je sais pas si on me demande mon avis sur moi. C'est pas très, très dingue.*

Et elle est capable de s'étonner de l'intérêt que les professionnels peuvent porter à ce qu'elle montre : *« Je me suis dit : est-ce que je peux avoir une petite place là-dedans ? Et très rapidement dans les rapports. Les gens ont bien voulu m'avoir au téléphone, mais j'ai senti dès les premiers emails que c'était pour me faire plaisir qu'on ait des discussions. »*

Même si selon l'expression populaire « la peur n'évite pas le danger », une forme de crainte de l'échec peut aller jusqu'à tétaniser les prises de positions ou les candidatures audacieuses. Marguerite en est une expression assez édifiante. Ainsi, dans son cas, le principal obstacle à sa réussite se loge dans son incapacité à surmonter sa peur d'essayer des échecs.

« Je n'ai pas envoyé énormément de candidatures parce que j'avais un peu peur aussi qu'on me dise non, parce que je voyais tous les copains qui se faisaient aussi refuser sur plein de choses. Et je n'avais pas envie d'essayer 15 refus comme certains ».

Je prends l'exemple d'une femme et ce n'est pas par hasard. En effet, les résultats de l'enquête montrent combien les femmes sont plus sujettes que les hommes à se dévaloriser et à mettre des freins là où la construction sociale est très ancrée (Gazalé, 2017).

Par exemple, sur la question de la relation entre le travail et la famille, on sent qu'Agathe a de l'ambition, une idée précise de l'orientation professionnelle qu'elle veut se construire: *« [00:40:30] C'est à dire que si j'ai un super poste avec une super paie dans une super ville, du coup, peut-être que je vais me focaliser dessus parce que pour moi, ma carrière, mon métier, c'est hyper important et j'ai besoin que mon boulot m'enrichisse intellectuellement »* ; et pourtant tout de suite après elle met un coup de frein à ce désir de briller et de s'épanouir dans la prise en main de sa carrière en invoquant le rôle important d'une mère auprès de ses enfants.

L'argument est arrivé de façon assez singulière car rien dans le fil de la conversation ne laissait entrevoir cette chute : *« Je sais aussi l'importance et la responsabilité d'être parent ou même maman (...) et je me dis je peux pas être sur tous les fronts. Donc voilà, c'est comme ça que je me dis ça peut être un frein dans ...dans [00:41:00] une*

carrière, on peut dire (...). Et je pense que du coup, je me mettrai la pression. Je culpabilise. Je pense, en tant que mère, de laisser mon petit bébé. Je pense que c'est surtout moi qui me crée des freins, pas la société, je pense pas. C'est [00:41:30] vraiment moi ...j'aurais du mal. »

La culpabilité exprimée qui n'est pourtant pas la résultante d'une situation vécue car cette jeune femme n'était pas au moment de l'entretien dans une projection de construction familiale, s'est immiscée dans l'entretien et montre à quel point les femmes sont formatées consciemment ou non par des présupposés sociaux qui les handicapent dans l'expression de leur ambition professionnelle. C'est souvent lié à des injonctions sociales de genre fortes qui sont véhiculées par des figures tutélaires (générationnelles ou professionnelles) dont les femmes sont dépendantes. « *Les décisions prises par les femmes les conduisant à s'autocensurer sont déterminées par la pression qu'elles subissent au travers des figures d'autorité, elles-mêmes façonnées par les stéréotypes de genre et les relations sociales hiérarchisées* » (Borel, Soparno, 2020 p.74)

Les freins sont importants et provoquent de fait une autolimitation dans l'expression des ambitions émises. Ici en l'occurrence, la personne interrogée parle « d'horloge biologique » pour contrebalancer son ambition personnelle. Aussi, même si de prime abord on peut considérer cette « horloge biologique » comme un élément lié à la « nature » de la condition féminine, le discours et l'argumentaire s'appuient davantage sur des injonctions de diverses influences et vont susciter ce profond sentiment de culpabilité quant aux attentes parentales. Le syndrome de la « mauvaise mère » qui va privilégier sa carrière professionnelle à sa vie de famille est encore bien ancrée dans notre société. « *La femme active et impliquée dans son travail est perçue comme une mauvaise mère qui néglige ses enfants* » (Berthe et al., 2016, p.192).

Claudine Haroche montre combien les représentations ancrées dans l'imaginaire et les habitudes de pensées ancestrales sont difficiles à combattre et marquent de leur empreinte les normes sociales. Ainsi « *la fermeté est un trait valorisé chez l'homme, mais peu apprécié chez la femme, de même que l'ambition que l'on qualifiera alors d'arrivisme* ».

De la même manière, une étude du CEREQ (Cadet et al., 2007) montrait déjà qu'à l'arrivée du premier enfant dans un couple, la femme priorisait ses responsabilités de

mère par rapport à ses obligations professionnelles, alors qu'avant la naissance la répartition entre les tâches domestiques et les obligations professionnelles dans le couple était équitable. C'est la femme qui va être confrontée au choix cornélien entre prioriser sa vie professionnelle ou sa vie privée.

De nombreuses études à cet égard montrent que les attentes de la société ne sont pas les mêmes pour les filles et les garçons et que par conséquent la construction des hommes et des femmes est profondément influencée par ces aspirations. L'image de la femme carriériste traîne dans son sillage un jugement négatif alors que l'ambition masculine est survalorisée et encouragée (Boni-Le Goff, 2010).

Pourtant, dans cette étude, les hommes interrogés ne sont pas vierges de tout stéréotype ou préjugé. Ceux-ci ne se place pas au même niveau. Si l'on revient par exemple sur Floréal, c'est davantage l'idée selon laquelle « il est difficile de vivre de son art » qui va prévaloir sur la remise en cause ou la limitation de ses compétences. Ainsi, il s'avoue capable de se former et d'exercer un métier aux antipodes de la création -comptable en l'occurrence- pour pouvoir s'adonner pleinement à sa passion sans en subir les contraintes et orienter son travail -gagne-pain- dans un objectif purement économique. La pratique créative doit rester un plaisir et ne pas devenir l'unique source de profit du créatif pour garder toute son authenticité.

Par ailleurs, les hommes interrogés ne montrent pas d'ambition particulière par rapport à l'évolution de leur carrière professionnelle. Ils peuvent même parfois exprimer un sentiment de culpabilité par rapport à la position qu'ils occupent ou qu'on leur donne par rapport aux femmes. Rappelons-nous par exemple les propos de Floréal sur le recrutement d'une école d'arts appliqués qui incitait les hommes à candidater, ou Loup sur les compétences -de son point de vue- supérieures d'une collègue qui le mettait mal à l'aise au regard de son positionnement dans l'entreprise.

2.3. Les incidences sur le recrutement

Du côté employeur, des études montrent qu'en fonction de sa propre position par rapport à ces normes sociales, même si elle n'est pas exprimée ouvertement lors du recrutement peut l'influencer dans son choix et générer une inégalité professionnelle

dans les missions et les rôles qui sont attribués, et lui faire préférer le recrutement d'un homme à une femme ou inversement³⁵.

Dans l'enquête ici menée, que l'on soit homme ou femme, le niveau de difficulté dans la recherche d'emploi est la même pour les deux catégories d'interviewés. Le genre n'est pas considéré lors du recrutement, comme un facteur discriminant pour une majorité d'entre eux. Les professionnels sont exigeants sur les travaux qui ont pu être réalisés et ce sont les étudiants qui savent se montrer les plus singuliers, originaux ou répondre aux besoins de l'entreprise qui sont recrutés.

Les femmes interrogées ne jouent pas de leurs relations dans la mise en avant de leur talent artistique. Elles souhaitent davantage que l'on reconnaisse leurs compétences pour ce qu'elles sont. Hormis peut-être les coups de pouce dont elles bénéficient grâce aux écoles dans lesquelles elles sont formées, elles misent davantage sur les compétences qu'elles mettent en œuvre dans leur cadre professionnel et s'appliquent à faire reconnaître la qualité de leur travail plus que le relationnel qu'elles peuvent tisser pour le promouvoir.

Plus tard, dans l'entreprise, du point de vue des personnes interrogées, leurs missions peuvent être réalisées de la même façon par les hommes ou par les femmes. Finalement peu importe le genre, seule la créativité et le travail mis en avant font foi auprès des professionnels.

A priori, nous pourrions donc considérer que le genre n'impacte ni le recrutement en termes de compétences, ni les missions confiées, censés être confiés indifféremment aux hommes et aux femmes, sans pratiquer de discrimination particulière du fait du genre.

2.4. L'impact sur le rôle attribué dans l'entreprise

Des études montrent pourtant que les recrutements, les missions et l'avancement sont corrélées au genre de façon générale.

³⁵ https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/02/22/une-multitude-de-biais-cognitifs-faussent-les-decisions-d-embauche_5426615_3232.html

Lorsqu'ils sont interrogés sur l'existence d'un traitement différencié entre les hommes et les femmes dans leur entreprise, ils attribuent davantage les différences opérées à la personnalité de leurs supérieurs ou de leurs collègues et non au fait de leur genre à proprement parler. Ils considèrent que la différenciation est une approche subjective liée à la perception de la relation de travail entre leurs supérieurs et eux-mêmes du fait des expériences vécues et l'expliquent par une relation interpersonnelle : ils ne généralisent pas la situation à l'ensemble de la profession (Floréal, Marguerite).

Le fil des entretiens révèle l'existence d'un lien entre la prise en charge de certaines tâches et leur genre. Elles peuvent être liées à leurs qualités physiques ou biologiques ou aux qualités que l'on pourrait attribuer à des présumées compétences de genre.

Il est à noter que dans l'attribution des missions dans les différentes entreprises, seules les femmes subissent des postures discriminantes à la fois sur des tâches relevant directement de leurs fonctions et sur d'autres qui n'entrent pas dans leurs fiches de poste.

Concernant ces dernières, on leur assigne assez « naturellement » des objectifs « domestiques » comme la préparation et le service lors d'actions événementielles ou le rangement, le nettoyage dans l'exercice quotidien.

Rappelons-nous également de Rose, recrutée pour des raisons liées plus à sa plastique qu'à des compétences réellement attendues par son employeur, ou le supérieur hiérarchique d'Agathe qui dans une posture paternaliste, la considérait davantage comme sa « secrétaire » en lui dictant sa conduite, les propos à tenir sur les réseaux sociaux, que comme sa chargée de communication ou sa directrice artistique.

Les hommes pour leur part se positionnent comme « volontaires » sur des actions montrant une forme de pénibilité qu'ils souhaitent épargner aux femmes dans l'entreprise. Ils considèrent comme « naturel » de prendre ce type de travaux en charge car ils relèvent de leurs capacités physiques (déplacement de meubles, port de charges lourdes, montage de mobilier léger, etc.). C'est aussi un moyen de se « vider le cerveau et de fuir un peu l'ordinateur » (Loup).

Là où les hommes ne manifestent pas de « gêne » sur l'exercice de missions orientées par leur genre, les femmes en revanche sont plus critiques sur l'attitude qu'on leur demande d'adopter. En effet, certaines montrent de l'agacement et l'expriment (Agathe et Marguerite), d'autres subissent et choisissent des attitudes d'évitement (Marguerite) ou se réfugient dans une attitude de repli censée les protéger (Rose).

Parallèlement, elles peuvent aussi user de leur genre et des stéréotypes qui y sont associés pour atteindre des objectifs fixés. Par exemple, Rose dans la phase de recrutement a bien conscience que le chef d'entreprise préférera une femme à un homme pour le poste qu'il souhaite pouvoir. Tout dans son attitude lui montre que le critère déterminant lors du recrutement était lié aux injonctions de genre plus qu'à un savoir-faire ou une technique particulière. L'évolution de ses missions après le recrutement viendra le confirmer : elles sont plus tournées vers de la représentation que la mise en œuvre de ses compétences d'architecte d'intérieur, voire vers des tâches domestiques sexuées (entretien du magasin, rangement, etc.).

3. La candidature anonyme : un moyen de lever les contre-performances de genre dans les métiers du design

Bien que le genre soit un facteur discriminant de recrutement à la sortie des études, la stratégie d'anonymisation n'emporte pas l'adhésion.

Pourtant, les techniques de recrutement réalisées en France sont d'abord sur la base d'un CV qui présente de nombreux éléments propres à l'identité des candidats (nom, âge, photo, sexe, situation matrimoniale), puis lors d'un entretien. Elles font inévitablement appel à des biais qui conduisent à des discriminations. Le sexe des candidats est sur la liste des discriminations les plus invoquées³⁶, notamment « les discriminations liées à une grossesse ou à un congé maternité (35% des femmes considèrent qu'elles se produisent souvent ou très souvent contre 23% des hommes).

Par ailleurs, puisqu'il est notoire que bien que les femmes soient majoritaires dans les écoles d'arts appliqués, les employeurs leur préfèrent les hommes à la sortie des

³⁶ IFOP pour le défenseur des droits et l'OIT, 13^{ème} baromètre sur la perception des discriminations au travail. Déc. 2020

mêmes études³⁷, quel est l'apport des outils numériques en termes d'anonymisation afin que les recrutements soient plus équitables et réajustent la tendance ?

Le CV ou le book anonyme pourrait être une piste pour réduire l'impact du genre sur le recrutement des candidats. En effet, il a pour caractéristique de ne montrer que les compétences techniques en lien direct avec le poste convoité et d'éliminer tout élément distinctif quant au genre, qui pourrait influencer l'employeur dans son choix car réveillant potentiellement des stéréotypes (Amadiou, 2019).

Au regard des réponses formulées par les interviewés, deux points de vue se complètent :

3.1. L'esthétique est genrée donc l'anonymisation des candidatures est une fausse manœuvre

Comme pour la majorité des personnes interrogées, l'esthétique est genrée et l'œuvre est facilement attribuable à l'un ou l'autre genre. L'anonymisation d'un point de vue du genre est inutile puisque ce dernier s'exprimerait pleinement dans les travaux présentés. En effet, les personnes interrogées se disent toutes en capacité de reconnaître les attributs d'une création artistique réalisée par l'un ou l'autre sexe. Le trait, la finesse, la sensibilité, la couleur, le détail sont des éléments qui permettent de distinguer le genre du créateur.

Cette position est-elle démontrable ? Un test a été effectué avec les mêmes personnes à l'issue de la première enquête pour vérifier si la mise en perspective de l'œuvre et du genre de l'auteur était si évidente.

Avant d'entrer dans l'analyse de ce test, il est nécessaire de poser ce que l'on entend par concept de genre. Annie Cornet en 2008³⁸, l'identifie comme « les constructions sociales et culturelles qui existent dans les différentes sociétés et groupe autour des différences biologiques des hommes et des femmes. Ces constructions sociales constituent la base des représentations stéréotypées associées aux caractéristiques individuelles des hommes et des femmes et aux rôles attendus de l'un et l'autre sexe.

³⁷ *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication - 2021*

³⁸ *Cornet Annie, le service social sous le regard du genre, Les politiques sociales, n°1 et 2, 2008, p.10.*

Ces différences sont contextuelles (elles changent selon les pays, les cultures, les groupes sociaux) et temporelles (elles varient selon les époques) ».

Ceci étant posé, nous pouvons dès lors entreprendre l'analyse du test réalisé par les interviewés.

Les 7 étudiants qui se sont prêtés à l'exercice sont majoritairement dans l'erreur.

Dans 3 cas sur 5, les étudiants interrogés se trompent dans la qualification du genre de l'auteur de la production artistique. Dans 7 cas sur 9, ils se trompent à une écrasante majorité (de 70 à 100%) sur l'attribution de l'œuvre. Dans ces cas, les critères qui leur permettent de qualifier le genre sont majoritairement : la couleur, l'organisation visuelle, la forme et dans une moindre mesure le trait. Aucune des personnes interrogées n'a manifesté une forme d'hésitation qui l'empêchât de se prononcer ou l'eût poussée à ne pas souhaiter se prononcer. Tous ont réagi selon un principe de binarité qui n'a laissé aucune prise à la neutralité. Alors que la question était la suivante : « Pouvez-vous relier ces créations au genre de leur auteur ? », la réponse implicite de tous les étudiants est « oui » car pour chaque composition, les lettres H ou F ont été annotées. Peut-être la question a-t-elle induit inconsciemment la binarité et contraint les répondants à se positionner car tous ont attribué chacune des productions à un genre ou à un autre. Ce constat nous ramène aux propos de Roland Barthes lors de son discours inaugural au Collège de France : « *je suis obligé de toujours choisir entre le masculin et le féminin, le neutre ou le complexe me sont interdit* », dans sa référence au pouvoir de la langue. Il la qualifie de fasciste car « *le fascisme ce n'est pas empêcher de dire, c'est obliger à dire* ».

Les six créations correctement attribuées présentent des similarités : elles sont fortement marquées par les stéréotypes de genre (couleur, forme). Les étudiants se trompent davantage lorsque que la production est neutre, sans expression stéréotypique très marquée.

On peut en conclure que l'expression artistique est libre. En effet, l'artiste peut se libérer des entraves stéréotypiques ou des filtres dans la phase de création artistique. Il peut sortir des carcans imposés culturellement, socialement pour réaliser une production qui ne tient compte que de sa propre sensibilité. Il poursuit l'objectif qu'il s'est fixé et couche ce qu'il souhaite exprimer en se jouant des prismes imposés par son environnement.

Une fois sorti de la phase de création, quand il se positionne comme "spectateur", les stéréotypes de genre reprennent leur droit et l'analyse qu'ils portent sur une production est vue au travers de filtres assez convenus.

On peut ainsi en déduire que l'expression est libre, mais le regard sur la création - même celui des artistes eux-mêmes- est contraint et déformé par les stéréotypes, notamment les stéréotypes de genre.

Par conséquent, si l'on replace cette enquête du point de vue du recrutement, on peut considérer que l'employeur sera, comme la majorité des personnes interrogées, influencé par ses stéréotypes et que le regard qu'il portera sur les créations des candidats sera sans doute orienté par les signes de genre qu'il y voit.

Par conséquent, là où les étudiants jugent que l'anonymat est une imposture, ils se trompent. En effet, puisque l'expression est libre, ils peuvent très bien déjouer les pièges stéréotypiques et orienter leur production avec un objectif de neutralité qui permettrait de neutraliser l'effet de genre lors de la phase du recrutement.

Les enseignements de sémiologie prennent une part significative dans le cursus des designers et on comprend pourquoi ! La compréhension et la signification des signes est indispensable à la création qui ne peut en être dénuée. Le regard sur une production est double : matériel, physique et à la fois conceptuel, intellectuel. C'est ainsi que les stéréotypes font leur œuvre de façon insidieuse entre ce que l'on perçoit et l'image mentale associée à cette perception. Ils nous rendent à la fois maîtres et esclaves, en ce sens qu'ils peuvent être déjoués dans la phase de création et s'imposer dans le regard sur la création : « *le signe est suiviste, grégaire : en chaque signe dort ce monstre : un stéréotype* » (Barthe, 1977).

3.2. Les compétences sont primordiales, le genre est inopérant

Les procédures de recrutement anonymisées ne sont pas monnaie courante en France. Elles présentent pourtant un certain nombre d'avantages que ce soit du point de vue du recruteur ou du candidat. Pour les recruteurs, il permet de neutraliser certains biais constitutifs de discriminations issues de l'application consciente ou inconsciente de stéréotypes. Pour les candidats, il peut être vu comme un outil de lutte contre les discriminations et donc de justice dans le recrutement et ce particulièrement pour les groupes sociaux habituellement discriminés.

Par ailleurs, les défenseurs de l'anonymat des dossiers de candidatures parient sur le fait que cet anonymat permettra une diversité « naturelle », garantissant l'égalité des chances dans l'accès à l'emploi par la désactivation des stéréotypes (Lacroux, 2018).

Dans notre enquête, la question de l'anonymisation a été souvent éludée dans le sens où aucune des personnes interrogées n'éprouve le besoin de se cacher derrière une candidature qui ne fait pas état de leur personnalité et de qui ils sont. Ils font tous le choix d'un cv nominatif.

D'une part, les femmes et les hommes souhaitent se présenter comme des créateurs, des designers avant tout. Dans ce cadre-là, le genre n'est pas primordial à leurs yeux et ils n'éprouvent aucune envie d'anonymiser leur candidature.

Conscientes de l'existence d'une forme de discrimination à la sortie des études, les femmes se revendiquent comme des professionnelles avant tout et misent sur la qualité de leur travail au-delà de leur condition féminine. Certaines affirment par ailleurs ne pas souhaiter travailler avec des employeurs qui ne respecteraient pas qu'elles soient « femmes » et que si elles devaient « cacher » leur genre pour pouvoir être recrutées, la relation serait viciée avant même que l'aspect professionnel ne soit évoqué.

Ainsi, le sentiment d'injustice ressenti par les candidates ne les engage pas à se projeter dans une entreprise qui mettrait en œuvre un processus de recrutement inégalitaire ou d'intentions discriminatoires.

Elles considèrent avant tout la qualité de leur travail comme primordial et veulent faire reconnaître leurs qualités professionnelles. Même si elles ont conscience des difficultés à l'embauche que les femmes peuvent rencontrer dans leurs métiers, elles n'envisagent pas d'anonymiser leurs candidatures. Elles refusent d'admettre une discrimination de genre quant à leur employabilité propre et comptent sur la force de persuasion de leurs productions et de leurs compétences pour faire la différence.

Elles préfèrent taire cet état de fait et considérer qu'il n'existe pas ou qu'elles pourront le surmonter grâce à leurs compétences.

La pensée selon laquelle être femme ou un homme est un atout dans leur métier et multiplie les chances d'être recruté est anecdotique. Un nombre insignifiant avoue vouloir « jouer » de son genre pour augmenter ses chances de recrutement. Hommes

et femmes sont unanimes sur l'aspect des compétences professionnelles : elles doivent rester le point d'orgue de leur candidature.

3.3. À compétences égales, les raisons de la différence d'appréciation

Les hommes et les femmes interviewés apprécient différemment le rapport aux compétences lors du recrutement.

La différence que l'on peut noter entre les deux est que les hommes n'expriment pas l'existence d'une différenciation pour les employeurs entre des candidatures féminines et des candidatures masculines, alors que les femmes sont conscientes qu'elles peuvent subir une discrimination du fait de leur genre.

En effet, les hommes dans cette étude considèrent tous que la production créative ne se valorise pas au regard du genre : la qualité d'une production n'est pas issue du genre de la personne qui la produit. C'est l'adéquation avec le cahier des charges, le brief qui va déterminer l'adhésion du client. Bref, l'expression des compétences.

Ainsi, aucun n'exprime avoir été recruté grâce à leur appartenance à un genre et considèrent avoir le même traitement que les femmes qui évoluent dans des métiers similaires dans leur entreprise. Ils ne pensent pas bénéficier d'un quelconque favoritisme et estiment que leur employeur exerce une égalité de traitement entre hommes et femmes.

Seul Floréal avoue avoir été incité dans le cadre d'un recrutement par une école à se présenter parce qu'il était un homme et non parce qu'il pouvait présenter des compétences particulières et recherchées dans le cadre de recrutement. Dans le cadre professionnel, il considère qu'opter pour un ou une candidate est finalement plus une approche interpersonnelle, touchant plus à l'histoire et aux expériences du recruteur qu'à une question de genre proprement dit.

C'est en cela que les deux démarches réflexives se rejoignent. En effet, bien que les femmes elles, aient conscience de l'existence d'a priori sur leur genre, elles souhaitent faire valoir leurs compétences avant tout.

C'est la part consciente ou inconsciente de l'existence de discrimination positive ou négative qui fait la différence entre les deux sexes : comme si certains ne souhaitaient

pas la voir, ou s'interdisait de la voir et que les autres voulaient la vaincre et exister au-delà du genre.

CONCLUSION

Le cheminement de ma pensée

Lors d'une discussion, de ce qu'il y a de plus banal avec mes collègues, nous faisons le constat que la rentrée 2021-2022 se montrait plus pourvue en hommes que les années précédentes.

En effet, les classes majoritairement féminines jusqu'alors semblaient trouver un certain équilibre et atteindre une répartition de 40% d'hommes pour 60% de femmes. Du jamais vu depuis la reprise de l'établissement par la nouvelle direction. La question qui surgit alors fut la suivante : « Mais comment cela se fait-il ? » Plusieurs hypothèses ont germé dont celle-ci : serait-ce lié à la notoriété grandissante de l'école ?

C'est de ce lien entre la notoriété de l'établissement et le genre des étudiants inscrits qu'est partie ma réflexion. J'ai souhaité rechercher si les métiers du design en particulier ceux de l'architecture d'intérieur et de la direction artistique, les disciplines enseignées à l'école, étaient à l'image de la composition des classes, c'est-à-dire majoritairement investis par les femmes.

Pour rappel, les enseignants et intervenants à l'école ne sont pas des « professionnels du professorat ». Ils ont œuvré en qualité d'architecte DPLG, maîtres d'œuvre, de dirigeants d'agences de communication, d'artistes, de graphistes, de motion designers ou d'illustrateurs pendant de nombreuses années.

J'ai commencé par constater qu'il existait une différence entre les disciplines enseignées à l'école quant au genre des enseignants dans les deux disciplines citées.

Pour l'architecture d'intérieur, la majorité des enseignants sont des femmes alors que dans la filière direction artistique, c'est l'inverse : les professeurs sont globalement des hommes. J'ai donc cherché à savoir si dans les métiers du design, cette répartition hommes/femmes était aussi valable.

Et c'est là que les chiffres sont éloquentes : les études réalisées montrent que la présence des femmes dans les écoles d'art et de design est écrasante - même si la tendance s'équilibre d'années en années- et que la courbe s'inverse à la sortie des

études dans l'entrée dans la vie active. Les hommes deviennent majoritaires dans la prise de poste.

C'est à partir de ce constat que je me suis interrogée sur ce que devenaient les femmes à la sortie de leurs études de design, sur ce qui expliquait leur invisibilité aux postes clés dans le monde professionnel et quels pourraient être les moyens de s'imposer professionnellement sans que le genre n'intervienne insidieusement dans le processus de recrutement.

Le travail des femmes est invisible

L'art est universel. Depuis la nuit des temps, il traduit les émotions, le réel et traverse les époques avec leur cortège de représentations culturelles, sociales. Tues et méconnues, les femmes sont les oubliées de l'histoire de l'art et également de celle du design. En effet, à design on associe sans réfléchir, Starck ou Castiglioni. Bref, des hommes ! Les noms de Déborah Sussman ou de Carolyn Davidson sont je le parie inconnus pour la plupart d'entre vous. Pourtant, nous leur devons le « swoosh » de Nike ou l'identité visuelle des Jeux Olympiques de 1984.



La création n'est pas une question de « cerveau », « d'hormone » ou de genre. Pourtant, « les préjugés qui font croire à un déterminisme biologique inné des différences d'aptitudes et de comportements entre les sexes sont encore vivaces. Une réflexion éthique s'impose : le risque est toujours bien présent de justifier l'ordre social par un ordre biologique, ouvrant la porte au sexisme, au racisme et à l'intolérance ». (VIDAL, 2015)

Quoi qu'il en soit même si dans les pays occidentaux et en France en particulier on prône l'égalité entre les sexes dans l'accès à l'éducation, aux études supérieures et par la suite à l'emploi, il n'en demeure pas moins que l'espace réservé à la reconnaissance des femmes est dans certains domaines encore « limité ».

Le design par exemple comme j'ai pu l'expliquer plus haut, demande des connaissances dites « technologiques », et l'image d'Epinal directement associée est la suivante : les hommes sont plus capables de dominer ces disciplines. C'est bien sûr totalement erroné, mais cela pourrait expliquer que les femmes soient sous représentées dans les métiers de l'architecture : les femmes représentent en 2019 seulement 30,7% des professionnels inscrits à l'ordre.

Pour en revenir à l'enquête réalisée cela se traduit de maintes façons.

Le rapport à la vie de famille

Il n'est jamais évoqué par les hommes interrogés mais uniquement par les femmes. Cela confine les femmes à un rapport contraint par le fait de donner naissance et de mettre sa carrière entre parenthèses pour satisfaire la morale populaire, être une bonne mère en passant plus de temps avec ses enfants. En fait quel que soit le niveau d'études, on revient de façon quasi systématique au rôle domestique des femmes : « les hommes sont naturellement faits pour la chose publique, la gloire, la politique et l'argent parce qu'ils sont ambitieux et énergiques, tandis que les femmes, sensibles, émotives, fragiles et tendres sont destinées au foyer et à la famille » (DETREZ, 2016).

Autant de stéréotypes qui ont la vie dure et qui limitent la carrière des femmes en général car cet état de fait n'est pas propre aux métiers du design : une enquête INSEE de 2013 montrait qu'une femme sur deux contre un homme sur neuf faisait le choix de la famille plutôt que sa carrière³⁹.

L'auto limitation

Le syndrome de l'imposteur est une autre traduction. Les femmes interrogées ont tendance à sous-estimer leurs compétences et leur capacité à performer dans les métiers du design.

Charlotte CADE, CEO de Selency⁴⁰ dans une interview faisait le même constat que Hewlett Packard. La Société américaine s'est demandée pourquoi il y avait si peu de

³⁹ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281361>

⁴⁰ Selency, anciennement Brocante Lab, a été lancé en septembre 2014 par deux passionnés de décoration et de mobilier d'occasion. C'est la première brocante en ligne à proposer chaque jour des meubles vintage,

femmes à des postes clés dans l'entreprise. Ils ont lancé une étude et il en est ressorti une découverte intéressante. Sur un poste supérieur, les hommes postulent pour une promotion quand ils remplissent environ 60% des compétences requises. Les femmes ne candidatent que lorsqu'elles remplissent 100% des critères demandés. Charlotte Cadé fait le même constat dans la phase de recrutement : « *les hommes postulent quand ils possèdent environ 60 % des compétences demandées, tandis que les femmes ne postulent pas sans avoir 90 à 95% des compétences requises*⁴¹. »

L'absence de figures emblématiques féminines

Ceci est peut-être au final révélateur du manque de visibilité d'illustres figures féminines, de la flagrante sous-représentation des femmes dans l'espace public culturel voire de leur effacement de l'histoire notamment dans des domaines où elles ont été interdites d'exercer pendant très longtemps comme les disciplines artistiques. Les figures tutélaires sont masculines et c'est sans doute l'une des raisons pour lesquelles il est plus facile aux hommes de s'identifier à leur réussite.

Ceci étant dit, quelles stratégies sont mises en œuvre par les jeunes femmes designers pour percer le milieu professionnel et briser les stéréotypes dont on les affuble ?

Le recours aux réseaux

Marie Buscatto en 2015 traitait de l'importance des réseaux sociaux dans la mise en avant des artistes par un phénomène de cooptation à la fois de proximité (proches, famille, amis) et extérieurs (professionnels reconnus) : « les réseaux sociaux opèrent d'une part en facilitant l'emploi récurrent dans des mondes saturés, difficiles d'accès (...), d'autre part ils participent à construire la valeur des œuvres d'art produites » (Buscatto, 2015). Dans le cas présent, majoritairement, nous constatons que les réseaux professionnels constitués au cours des années d'études est un élément essentiel dans le recrutement des jeunes diplômées. La plupart des jeunes femmes

scandinaves, design et de la décoration chinée par des professionnels. Selency se définit comme l'appui pour apporter une touche personnelle à votre intérieur et à vous évader des standards de la déco.

⁴¹ <https://www.forbes.fr/femmes-at-forbes/charlotte-cade-selency-femmes-competences/>

interrogées ont pu bénéficier avantageusement du relationnel de l'établissement dans lequel elles ont étudié pour orienter leurs recherches d'emploi et conclure leur premier contrat d'alternance.

Dans le cas de cette école, la pédagogie par projets étant basée sur des cas réels avec de vrais clients, elle permet aux étudiants de se confronter directement aux entreprises du secteur, qui sont potentiellement de futurs recruteurs. Cela a l'avantage d'expérimenter la méthodologie design dans un environnement certes protégé mais aussi en proie à des exigences clients auxquelles il faut savoir trouver les solutions. Ce sont les meilleurs projets qui sont retenus ou primés et qui peuvent permettre à leurs auteures d'éveiller l'intérêt de futurs employeurs.

Aussi, les quatre jeunes femmes interrogées ont pu bénéficier de la caution de l'école dans leur recherche d'alternance. L'adéquation des compétences mises en avant avec les attentes émises par les recruteurs, l'investissement dans leur recherche d'emploi et les recommandations générées par l'établissement a été favorable au recrutement de ces étudiantes.

Il est difficile de transposer ce résultat à un niveau national ou même régional dans la mesure où le rapport entretenu entre les étudiants et l'école leur est propre et qu'il n'y a pas moyen de comparaison.

Cependant, si l'on considère le recrutement des hommes interrogés dans le cadre de leur premier emploi, on peut en déduire qu'ils ont trouvé facilement à s'intégrer dans leur entreprise sans déployer de stratégie particulière. Pour l'un, il l'explique par la correspondance entre des compétences précisément attendues par le recruteur ; pour les deux autres, point besoin de postuler, ils ont été démarchés directement par leur employeur.

On peut donc en déduire que pour un résultat favorable, hommes et femmes ne s'appuient pas de la même façon sur leur réseau : là où les hommes sont sollicités en direct, les femmes doivent faire la démarche de cibler leur entreprise.

Ce rapport un peu particulier qu'entretient l'école avec les étudiants en recherche d'emploi fausse par ailleurs la stimulation d'autres moyens ou outils d'investigation dans le cadre des candidatures parce que les étudiants n'ont pas forcément eu besoin

d'y faire appel. Cela a sans doute freiner leur capacité à développer une stratégie innovante.

L'affirmation des compétences avant tout

Dans 75% des cas, les jeunes femmes designer n'entendent pas jouer de leur genre pour percer dans leur domaine de compétences. Même si certaines avouent pouvoir s'appuyer sur leur genre pour décrocher un emploi, cela reste néanmoins secondaire. Elles sont unanimes : les compétences sont les éléments qui doivent constituer le point d'orgue de leur candidature.

Si le genre devait être un atout ou un handicap, elles préfèrent renoncer au poste. Elles considèrent que c'est partir sur une relation professionnelle biaisée qui, à l'usage nuirait à leur carrière ou à leur progression dans l'entreprise.

D'ailleurs, peut-on réellement considérer qu'être une femme agit positivement sur le recruteur. Des études réalisées semblent répondre par la négative. Les stéréotypes « qui affectent les carrières féminines sont nombreux et sont le plus souvent défavorables aux femmes dans la mesure où ils sont associés à des éléments péjoratifs et dénigrent leur capacité professionnelle ». (Buscatto, 2014)

Pour en revenir à l'enquête, la seule jeune femme qui a eu conscience que son recrutement était lié à son genre, a été affecté en partie à des tâches domestiques sans rapport avec ses compétences.

Le refus des assignations de genre dans les fonctions exercées

D'un point de vue général, tous les interviewés, hommes et femmes sont du même avis : ce sont les compétences qui priment. La différence se fait sentir au niveau de l'assignation à des missions ou à des tâches qui dépassent le cadre de leurs fiches de postes.

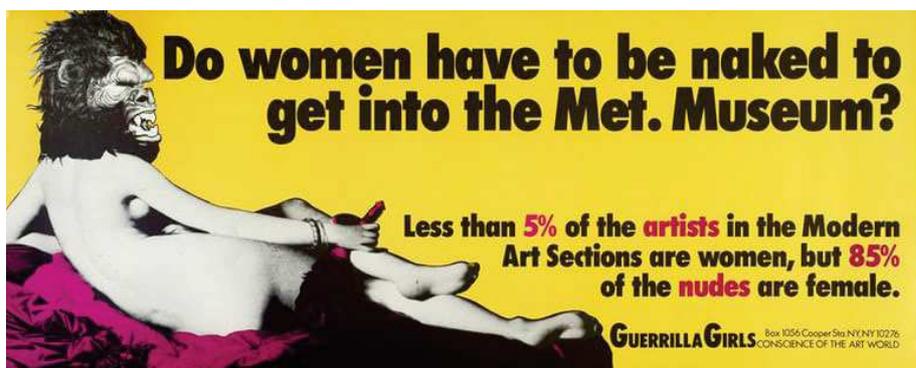
Ainsi, les hommes sont conscients qu'il existe parfois des inégalités dans l'entreprise. Cependant, ils ne les relient qu'indirectement à l'appartenance à un genre ou à l'autre. Ils vont davantage considérer que c'est une question de personnalité, de trajectoire sociale ou professionnelle ou de relations interpersonnelles. En effet, à compétences égales, ils ne voient pas les raisons d'une discrimination particulière. A cet égard, dans

leurs entreprises actuelles, ils disent ne pas observer d'attitude différenciée sur le traitement des salariés, chacun et chacune étant amenés à réaliser des tâches domestiques de la même façon et à bénéficier de souplesse de la part de leur employeur quand un événement personnel lié à la vie de famille ou de couple demande un aménagement particulier.

Les femmes à l'inverse, évoque la lourdeur de certaines tâches qui leur reviennent de façon systématique voire automatiques parce qu'elles sont des femmes : la préparation logistique des événements, l'accueil, le nettoyage, le rangement. Les injonctions ne sont pas toujours explicites, cependant leurs collègues masculins ne se positionnent pas. Alors, elles se sentent « obligées » de les réaliser sous peine d'être remarquées pour leur non-participation, comme si elles avaient leur rang de femme à tenir.

Elles sont parfois même sous employées. Sans dénigrer forcément leurs compétences, elles sont reléguées sur tout ou partie de leurs missions à des travaux sans lien direct avec leur savoir-faire ou leur technicité. Aussi, elles ont le sentiment de subir une forme de discrimination insidieuse.

Finalement, même si la profession de designer évolue et que les femmes ont davantage leur place dans les entreprises de design, il n'est pas si loin le temps où la femme était reléguée au rôle de muse ou de modèle. A ce titre, les actions militantes du collectif « Guerilla Girls⁴² » sont à propos et dénoncent les inégalités encore omniprésentes. L'une des dernières campagnes en date parle d'elle-même.



⁴² Collectif de plasticiennes féministes actif depuis 1985. Les Guerrilla Girls apparaissent sur la scène de l'art contemporain en 1985. Scandalisé par la faible présence des artistes féminines (moins de 8 %) à l'exposition organisée par le Museum of Modern Art de New York, An International Survey of Painting and Sculpture, ce groupe de plasticiennes féministes se forme pour dénoncer le sexisme et le racisme dans les institutions artistiques.

La création de collectifs pour faire entendre ses compétences

L'évocation de ce collectif me permet de faire le lien avec l'absence, dans cette enquête, de solution sur la création d'association ou de regroupement pour mettre en valeur ou se faire connaître en qualité de designer dans un collectif.

Si hommes et femmes sont plutôt ouverts à l'idée de pouvoir se positionner dans un collectif de designers qui leur permettrait de percer, un seul en a véritablement fait l'expérience. Ce n'est pas quelque chose de très naturel dans leur démarche de création. Pourtant, celui qui a testé en a vanté les mérites, notamment pour pouvoir répondre de façon collective à des projets et faire appel à des compétences multiples pour répondre aux besoins spécifiques des clients. Le fait de faire partie d'un collectif de designers permet également de se fondre dans une sorte d'anonymat graphique car il répond par des compétences et non en premier lieu par le nom des membres.

Cela permet d'introduire l'idée suivante : l'anonymat des designers a priori permet de se concentrer davantage sur les réalisations et les compétences pour décrocher un projet, le client se focalisant davantage sur les conceptions que sur le designer lui-même. Il est vrai que les femmes interrogées, nous l'avons dit plus haut, ne sont pas spécialement concernées par une discrimination à l'embauche puisqu'elles ont vite trouvé une entreprise.

Cependant, même dans la projection d'un emploi futur, la perspective d'anonymiser leur production, quel qu'en soit le moyen (collectif, CV anonyme, pseudonyme) n'emporte pas l'adhésion des femmes interrogées. Elles préfèrent de loin renoncer à un emploi plutôt que nier leur genre. Travailler oui, mais pas à n'importe quel prix. En tous cas il n'est aucunement question d'utiliser l'anonymat pour décrocher un poste ou un projet.

On pourrait traduire cette position d'acte de militantisme. En effet, elles sont toutes conscientes de la différenciation entre les hommes et les femmes dans l'entreprise et entendent la combattre en revendiquant leurs compétences soit, mais leur genre également. Cela témoigne d'une certaine honnêteté intellectuelle vis-à-vis des recruteurs ou des clients, et d'une volonté de ne pas invisibiliser davantage le travail des femmes designers.

« Revendiquer l'égalité des chances, ce n'est pas remettre en cause la dissymétrie sexuelle, mais vouloir en abolir les effets discriminants » (Gazalé, 2017).

En effet, émettre le souhait que les femmes sortent d'une invisibilité post-études ne veut pas dire qu'elles nient la différence sexuelle entre les hommes et les femmes. C'est militer pour plus de justice sociale et une égalité professionnelle. Autrement dit c'est réduire l'effet néfaste sociétal qui a transformé des différences naturelles et physiologiques en injustices sociales et professionnelles. Et pour cela, les mentalités et notre société doivent encore évoluer.

L'autre argument qui vient étayer cette affirmation du genre tient au fait que toutes les personnes interrogées sont persuadées qu'il est facile de déterminer le genre de l'auteur des productions. Par conséquent, ce serait un leurre de penser qu'en anonymisant sa candidature le recruteur n'ira pas chercher le genre du candidat en examinant son book et son CV, si vraiment c'est un critère important pour lui.

Le test réalisé a pourtant montré qu'il n'était pas aussi évident d'attribuer le genre de l'auteur en examinant ses productions. Le regard sur l'œuvre est corrompu par les stéréotypes de genre qui leur sont appliqués. Et il se trompe !

Cela me fait dire que le genre est finalement un critère assez secondaire sur l'impression que laisse une production : ce n'est pas ce que l'on regarde en premier.

"Les femmes ne devraient pas être appelées des artistes *féminines*. Elles devraient être présentées comme des artistes". Patti Smith⁴³, 2016.

En résumé, cette enquête nous a permis de relever plusieurs points saillants :

1 – La stratégie de recherche d'emploi des jeunes designers est conformiste. Ils ne démontrent pas une réelle forme d'innovation pour percer dans le monde du travail. Ils n'appliquent pas non plus la méthodologie design pour donner une envergure à leur candidature. Les raisons peuvent être les suivantes :

⁴³ *Patricia Lee Smith est née le 30 décembre 1946 à Chicago. Icône rock des années 70, a participé à l'émergence d'un nouveau genre musical à New-York. Elle crée son propre univers, sorte de passerelle entre la poésie et la musique, la Beat Generation et le rock-folk. Militante pacifiste, poétesse, chanteuse, actrice, auteur-compositeur et photographe, Patti Smith a vécu plusieurs vies et continue d'étonner ses admirateurs par son enthousiasme, sa spiritualité et son humanisme.*

- Les étudiants du bassin d'emploi de la zone géographique étudiée n'ont pas eu de difficultés particulières à trouver un emploi ;
- Les entreprises qui les ont recrutés ne sont pas des start-ups ;
- Les réseaux constitués lors de leurs études suffisent à booster les candidatures.

2- L'inégalité professionnelle entre les hommes et les femmes reste une évidence dans ce milieu aux frontières de l'art et de l'ingénierie

- Les femmes sont plus nombreuses dans les écoles que les hommes comme au niveau national ;
- Les stéréotypes de genre sont légions et la société peine à évoluer dans un sens favorable aux femmes. Elles peinent à sortir des assignations de genre dans lesquelles la société les enferme ;
- Si hommes et femmes ont trouvé leur emploi facilement, une différence est notoire : les femmes doivent candidater, les hommes ont eux, été approchés par leurs réseaux sans avoir eu besoin de le faire ;
- Les hommes sont moins assignés à des missions ou des tâches qui sortent du contexte de leur métier ou alors ce sont eux qui le choisissent ;
- Les femmes sont plus sujettes que les hommes à la discrimination et au harcèlement dans le travail.

3- Les stratégies qui pourraient être mises en place pour remédier à l'invisibilité des femmes dans le milieu des designers sont assez vagues mais les femmes souhaitent s'affirmer en tant que telles et refusent assez systématiquement l'anonymat.

- Les collectifs de designers sont une solution pour percer ;
- L'anonymisation des candidatures n'emporte pas l'adhésion ;
- Les compétences doivent primer ;
- L'expression de la différence et l'affirmation du genre pour rompre avec l'invisibilité du travail des femmes dans le monde du design reste un combat.

Ce que l'on peut déduire de cette étude, c'est que les jeunes femmes interrogées résistent à la pression de la société et aux assignations de genre qui leur sont imposées. Elles continuent certes de les subir, cependant dans une mesure moindre. Elles veulent s'ériger comme des combattantes pour rendre leurs compétences, leurs productions, leur talent visibles au-delà du genre et des injustices sociétales, même si

parfois elles sont rattrapées par une autolimitation, fruit des préjugés que notre société et notre culture imposent.

Aussi, il pourrait être intéressant de prolonger cette étude en examinant les moyens de faire évoluer les préjugés et les stéréotypes persistants qui contribuent à invisibiliser les talents des femmes au profit de ceux de hommes.

Pour cela, je ferai une dernière fois référence à Christine Détrez⁴⁴ : « Il reste encore à dénaturiser les notions de talent et d'excellence et à déconstruire les critères de jugement. Il en va de la reconnaissance des talents des femmes des siècles passés, mais aussi de toutes celles d'aujourd'hui et de demain. Il en va de façon générale, de la possibilité, pour toutes et tous, de construire la société égalitaire que nous voulons, femmes et hommes ensemble ».

⁴⁴ *Op.cit.*

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES ET ARTICLES SCIENTIFIQUES

AMADIEU Jean-François, ROY Alexandra, « Stéréotypes et discriminations dans le recrutement », *Hermès, La Revue*, 2019/1 (n° 83), p. 162-169.

AZAM Martine, et Ainhoa de Federico. « Sociologie de l'art et analyse des réseaux sociaux », *Sociologie de l'Art*, vol. ps2526, no. 1-2, 2016, pp. 13-36.

BARTHES Roland, *Leçon*, Paris Editions du Seuil, 1978

BERTHE Bénédicte, DUMAS Marc, POILPOT-ROCABOY Gwénaëlle, « Le syndrome de la « femme parfaite ». Et si le sentiment de culpabilité génèrait l'inégalité professionnelle entre les femmes et les hommes dans les entreprises françaises ? », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 2016/54 (Vol. XXII), p. 187-206.

BLOCHER Sylvie, *le doubletouché.e*, Paris, Archibooks, 2014

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard, « De l'autocensure professionnelle ou quand les femmes sont prétendues responsables des inégalités qu'elles subissent », *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, 2020/3 (n° 40, vol. 9), p. 68-78.

BOURDIEU Pierre, *La domination masculine*. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 84, septembre 1990. Masculin/féminin-2. pp. 2-31;

BUREAU Marie- Christine, CORSANI Antonella, GIRAUD Olivier, REY Frédéric, *Les zones grises des relations de travail d'emploi*, Paris, teseo, 2019.

BUTLER Judith, *Troubles dans le genre*, Routledge, New-York, 1990, 1999 (Editions La Découverte, Paris 2005, 2006 pour la traduction française.

BUSCATTO Marie et MARRY Catherine. " Le plafond de verre dans tous ses éclats". *La féminisation des professions supérieures au xxe siècle. Introduction. Sociologie du travail*, 2009, vol. 51, no 2, p. 170-182.

BUSCATTO Marie, « La féminisation du travail artistique à l'aune des réseaux sociaux », *Sociologie de l'Art*, 2015/1-2 (OPuS 23 & 24), p. 129-152.

BROWN Tim, L'esprit design, le design thinking change l'entreprise et la stratégie, Paris, Pearson, 2010.

CORNET Annie, *le service social sous le regard du genre*, *Les politiques sociales*, n°1 et 2, 2008, p.10.

DESMET Nathalie, « De l'invisible comme un service artistique », *Marges*, 08 | 2008, p. 86-99 ;

CHEVILLOT Anaïs, « Frontière de l'intime chez les femmes artistes en France (2006-2016) », *Enfances Familles Générations* [En ligne], 34 | 2019, mis en ligne le 22 décembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/efg/9557>

CHAUVIN Pierre-Marie, « La mise en scène de l'invisibilité. Banksy comme cas-limite d'une sociologie des réputations artistiques », *Réseaux*, 2021/1 (N° 225), p. 249-282.

CONTE Richard, *Qu'est-ce que l'art domestique ?*, Publications de la Sorbonne, Paris, 2006

DETREZ Christine, *Les femmes peuvent-elles être de Grands Hommes ?*, Belin, Paris, 2016

DIVERT Nicolas. « Devenir styliste. Des trajectoires genrées dans les écoles de mode ». *Éducation et socialisation. Les Cahiers du CERFEE*, 2016, no 42.

DOCQUIERT Françoise et TASZYCKA Matylda, *Art : Genre féminin*, Paris, Aware, Université de Paris I Panthéon-Sorbonne, Monnaie de Paris, 2021.

DUSSUET Annie, « Variations et permanence de la division du travail : le cas du travail domestique », *Nouveau millénaire, défis libertaires*, 2001.
<http://1libertaire.free.fr/ADussuet02.html>

GALERAND Elsa, KERGOAT Danièle, « Le potentiel subversif du rapport des femmes au travail », *Nouvelles Questions Féministes*, 2008/2 (Vol. 27), p. 67-82.

GAZALE Olivia, *Le mythe de la virilité*, Paris, Robert Lafond, 2017

GOLSORKHI Damon, HUAULT Isabelle, « Pierre Bourdieu : critique et réflexivité comme attitude analytique », *Revue française de gestion*, 2006/6 (n° 165), p. 15-34.

GRESY Brigitte, « L'accès des femmes aux responsabilités dans les entreprises : un chemin semé d'embûches », *Géoéconomie*, 2016/2 (N° 79), p. 195-211.

GRUMET Anne, « Arts et Culture : l'éga-conditionnalité pour garantir l'égalité entre les femmes et les hommes », *L'Observatoire*, 2020/2 (N° 56), p. 33-36.

HALPERN Catherine. Peut-on en finir avec le plafond de verre?, *Sciences humaines*, 2008, vol. 195, no 7, p. 25-25.

HEDJERASSI Nassira et AVENEL Céline, « Orientation et formation au prisme du genre: Présentation du dossier ». *Éducation et socialisation. Les Cahiers du CERFEE*, 2016, no 42.

JOURDAIN Anne, « Des artisans d'art aux artisanes d'art », *Travail et Emploi*, 150 | 2017, 25-52.

KRAMPL Ulrike, PICCO Dominique et THIVEND Marianne. « Introduction. Le genre des apprentissages: contraintes et contournements (XVIIIe-XXe siècles) ». *Genre & histoire*, 2017, no 20.

- LACROUX Alain, MARTIN-LACROUX Christelle, « Le CV anonyme : ce qu'en pensent les candidats », *@GRH*, 2018/4 (n° 29), p. 93-120
- LAMAMRA, Nadia. « Au cœur d'une fabrique du genre: la formation professionnelle duale ». *Egalité des chances*. 2018
- MASSIANI Clarence, « L'art de collecter la parole et de rendre visibles les invisibles », *Nectart*, 2020/2 (N° 11), p. 132-141.
- MARRY Catherine, JONAS Irène, « Chercheuses entre deux passions. L'exemple des biologistes », *Travail, genre et sociétés*, 2005/2 (N° 14), p. 69-88.
- PROVANSAL Mathilde. « Au-delà de la vocation artistique: un recrutement sexuellement différencié des candidat-es à une carrière de plasticienne? ». *Éducation et socialisation. Les Cahiers du CERFEE*, 2016, no 42.
- RAVET Hyacinthe, « 12 - Le sexe des arts : de la méfiance à l'effervescence », dans : Margaret Maruani éd., *Je travaille, donc je suis. Perspectives féministes*. Paris, La Découverte, « Recherches », 2018, p. 165-176.
- REY **Séverine** et BATTISTINI Mélanie , « Chassez les stéréotypes, ils reviennent au galop ! Choix atypiques de formation professionnelle et différenciation des groupes de sexe », *Éducation et socialisation* [En ligne], 42 | 2016, mis en ligne le 23 octobre 2016. URL : <http://journals.openedition.org/edso/1831> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edso.1831>
- SCOTTO Marie-José, SAPPE Robin, BOYER André, « Réussir la diversité du genre. Une expérience de développement de l'égalité professionnelle femme/homme dans le secteur de la construction, souvent considéré comme « masculin » : l'exemple de CARI, entreprise de BTP dans les Alpes Maritimes », *Management & Avenir*, 2008/4 (n° 18), p. 18-41.
- SIBONY Olivier, *Vous allez commettre une terrible erreur !*, Paris, Flammarion, Champs 2019.
- SINIGAGLIA-AMADIO Sabrina, SINIGAGLIA Jérémy, « Tempo de la vie d'artiste : genre et concurrence des temps professionnels et domestiques », *Cahiers du Genre*, 2015/2 (n° 59), p. 195-215.
- TARDY Cécile, Jeanneret **Yves**, « Profondeurs de l'urgent : *PowerPoint*, entre immédiateté et mémoire », *Communication et organisation*, 29 | 2006, 164-170.
- UCCIANI Sylvie. La transmission des stéréotypes de sexe, Biennale internationale de l'éducation, de la formation et des pratiques professionnelles, Jul 2012, Paris, France. (ffhalshs-00766917f)
<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00766917/document>
- VIDAL, C.. *Nos cerveaux, tous pareils, tous différents*. Paris: Belin, coll. Egale à égal, 2015.
- VINCIGUERRA Anne-Lise, PIGNOT Lisa, « Les petits pas de l'action positive en faveur de l'égalité des genres », *L'Observatoire*, 2020/2 (N° 56), p. 37-39.

VUILMET Angélique, « Égalité professionnelle : quelle efficacité des mesures volontaristes ? Analyse longitudinale de la démarche égalité d'un cas exemplaire », @GRH, 2021/3 (N° 40), p. 89-114.

WEST Candace, ZIMMERMAN Don H, MALBOIS Fabienne, « Faire le genre », *Nouvelles Questions Féministes*, 2009/3 (Vol. 28), p. 34-61.

ZABUNYAN Elvan, « Striptease : désarticuler Duchamp par le genre », *Cahiers philosophiques*, 2012/4 (n° 131), p. 64-82.

OUVRAGES ET ARTICLES PROFESSIONNELS

CHARLET Nicolas, *Design échanges*, Bordeaux, Fédération des designers en Nouvelle-Aquitaine, 2021

DUBET Alice, « Parité dans l'Architecture : les hommes n'ont pas conscience des inégalités », AMC, 2021

<https://www.amc-archi.com/article/parite-dans-l-architecture-les-hommes-n-ont-pas-conscience-des-inegalites,73268>

HERRY Caroline, « Où sont les femmes (dans le design) ? », LinkedIn, 2018

<https://www.linkedin.com/pulse/o%C3%B9-sont-les-femmes-dans-le-design-caroline-herry-1/?originalSubdomain=fr>

KERRET (de) Gwénaëlle, PUGET Annabelle, « Design thinking et sémiologie : donner du sens à l'innovation », e-marketing.fr, 2016

https://www.e-marketing.fr/Thematique/management-1090/Breves/Design-thinking-semiologie-donner-sens-innovation-308299.htm?_ga=2.132809614.1029047485.1653032053-161845332.1653032053

LEBOULLEUX Lucie, « Cécilia Helena Payne-Gaposchkin », Photoniques, EDP Sciences, 2020

<https://doi.org/10.1051/photon/202010024>

MORIN Hervé, « L'effet Mathilda, ou comment les femmes ont tendance à disparaître de l'histoire des sciences », Le Monde, 2020

https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/02/19/sciences-l-effet-matilda-de-quoi-s-agit-il_6030033_3232.html

PRAT Reine, Mission pour l'égalité et contre les exclusions – Rapport d'étape N°1, 2006. <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/prat/egalites.pdf>

WENSKY Tanita, « Graphisme : où sont les femmes ? », blog., 2018

<https://www.pixartprinting.fr/blog/graphisme-ou-sont-les-femmes/>

SITOGRAPHIE

<https://journals.openedition.org/>

<https://www.cairn.info/>

<https://www.e-marketing.fr/>

<https://www.lemonde.fr/>

<https://doi.org/10.1051/photon/202010024>

<https://www.linkedin.com/pulse/o%C3%B9-sont-les-femmes-dans-le-design-caroline-herry-1/?originalSubdomain=fr>

<https://www.amc-archi.com/>

<https://www.pixartprinting.fr/blog/graphisme-ou-sont-les-femmes/>

<https://fr.slideshare.net/ParrainageEmploiMiPy/la-rpartition-des-hommes-et-des-femmes-par-mtiers>

<https://www.lemoniteur.fr/> -

https://www.cotemaison.fr/on-aime/design-et-architecture-la-place-des-femmes-vue-par-margaux-keller_34460.html

<https://www.podcastics.com/podcast/episode/design-et-architecture-quelle-place-pour-les-femmes-124805/>

<https://www.forbes.fr/femmes-at-forbes/charlotte-cade-selency-femmes-competences/>

<https://www.insee.fr/>

https://www.scienceshumaines.com/peut-on-en-finir-avec-le-plafond-de-verre_fr_22408.html

<https://www.madmoizelle.com/trait-feminin-trait-masculin-festival-angouleme-2016>

<https://www.radiofrance.fr/franceculture>

<https://www.scienceshumaines.com/>

<https://www.culture.gouv.fr/>

ANNEXE 1- GUIDE D'ENTRETIEN

		QUESTIONS PRINCIPALES	INFORMATIONS ATTENDUES, PRECISIONS, RELANCES
Trajectoire personnelle	1	Pouvez-vous me parler de votre parcours de formation ?	<ul style="list-style-type: none"> - Formation initiale - Proportion hommes femmes dans la filière de formation
Le rapport à la recherche d'emploi	2	A l'issue ou dans le cadre de votre formation, comment avez-vous engagé vos démarches de recherches d'emploi ?	<ul style="list-style-type: none"> - Durée de la recherche - Difficultés éventuelles, - Nombre de candidatures - Accueil du candidat
	3	Comment qualifieriez-vous votre recherche d'emploi/d'alternance ? Et pourquoi ?	<ul style="list-style-type: none"> - Correspondance avec les fonctions espérées ou recherchées - Soutien ou non - Difficultés perçues - Stratégie mise en œuvre - Appuis, expériences, ...

GUIDE D'ENTRETIEN

Le positionnement et la visibilité dans l'entreprise en fonction de leur genre	4	<p>Quel est le degré de reconnaissance de vos compétences dans vos fonctions ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Autonomie- - Types d'activités réalisées en lien avec les compétences - Orientation professionnelle nouvelles - Acquisition de compétences nouvelles
	5	<p>Dans quelle mesure pourriez-vous dire que la place qui vous est faite dans l'entreprise est corrélée à votre appartenance à un genre ou à un autre ?</p> <p>Pensez-vous que votre recrutement est lié au fait que vous soyez un homme ou une femme ?</p> <p>Avez-vous été incité de façon consciente ou inconsciente à valoriser le fait que vous soyez un homme ou une femme ?</p> <p>Puisque vous êtes un homme ou une femme vous êtes-vous obligé(e) ou avez-vous été obligé(e) d'agir dans un sens ou un autre pour avoir une attitude en accord avec votre genre ?</p> <p>Comment a réagi votre entourage professionnel ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proportion d'hommes et de femmes dans l'entreprise - Répartition des postes en fonction du genre - Visibilité - Discrimination à l'embauche - Quel rôle vous a-t-on attribué dans l'entreprise - Quelles tâches réalisez-vous qui ne sont pas directement en lien avec les missions confiées ? - Est-ce que cela vous gêne ? - Pourquoi les réalisez-vous ? - En parlez-vous avec vos pairs ?
	6	<p>Dans quelle mesure diriez-vous que le fait d'être un homme/une femme facilite ou ne facilite pas votre progression dans l'entreprise ?</p> <p>Pensez-vous que votre réponse aux attentes liées à votre genre vous aide à progresser dans l'entreprise ?</p> <p>Etes-vous en accord avec les réponses comportementales que vous proposez dans l'entreprise ou subissez-vous une forme d'obligation à vous comporter d'une manière et pas d'une autre qui serait plus assignée à l'autre genre</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Discrimination - Ressenti sur le comportement des autres salariés/responsables de l'entreprise - Attitude générale - Visibilité - Sanctions // promotion // prolongement ou pérennisation du contrat à l'issue de la mission - Attentes particulières

GUIDE D'ENTRETIEN

La stratégie de mise en visibilité	7	Quelle stratégie comptez-vous utiliser pour performer dans votre entreprise ou sur le marché de l'emploi à l'issue de cette première expérience ?	<ul style="list-style-type: none">- Attitude genrée- Capital compétences ou capital lié au genre- Autres
	8	Si vous deviez rechercher un nouvel emploi, comment capitaliseriez-vous sur votre expérience pour vous rendre visible et attractif.ve sur le marché de l'emploi dans le milieu des arts appliqués ?	<ul style="list-style-type: none">- Anonymisation- Candidature non genrée- Utilisation de plateformes créatives- Numérisation et virtualisation
	9	Avez-vous des questions particulières ou des choses à ajouter ?	

-TEST-

L'ART EST-IL GENRÉ?

« Pouvez-vous relier ces créations
au genre de leur auteur ? »

Sur quels critères ?

Organisation visuelle // Forme // Couleur // Soin // Détail // Trait

ÉCHANTILLON

- 7 personnes interrogées dont :
 - ✓ 4 femmes
 - ✓ 3 hommes
- 7 personnes interrogées dont :
 - ✓ 5 directeurs artistiques ou graphistes
 - ✓ 2 architectes d'intérieur

CHOIX DES PRODUCTIONS

- Les productions ont été choisies à partir des critères énoncés dans les interviews, sensés permettre de déterminer le genre de l'auteur.
- Dans chaque série :
 - ✓ 1 répond à des critères masculin
 - ✓ 1 répond à des critères féminin
 - ✓ 1 est neutre ou regroupe à la fois des critères masculins et féminins
- 4 niveaux de classe ont été sollicités dans les filières « graphisme digital » et « direction artistique »

LA GRILLE

Nom projet	1	2	3
Baba Yaga	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait
Electromobilité	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait
Festival 01	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait
Piou-Piou	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait
Egalité homme femme	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait	<input type="radio"/> Organisation visuelle <input type="radio"/> Forme <input type="radio"/> Couleur <input type="radio"/> Soin <input type="radio"/> Détail <input type="radio"/> Trait

**PROJET
BABA YAGA**

2021-22

- Réalisé par la classe de Bachelor
Direction artistique digitale – 2^{ème} année

La comédie musicale
 Centre culturel de Beaulieu
 Samedi 21 mai 20h30
 Dimanche 22 mai 16h00

La Providence - La Salle
 Poitiers

babaga

La comédie musicale
 Centre culturel de Beaulieu
 Samedi 21 mai 20h30
 Dimanche 22 mai 16h00

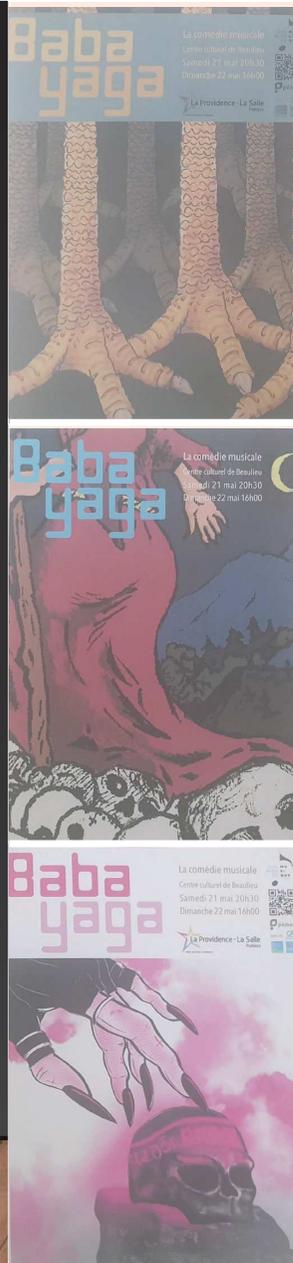
babaga

La comédie musicale
 Centre culturel de Beaulieu
 Samedi 21 mai 20h30
 Dimanche 22 mai 16h00

La Providence - La Salle
 Poitiers

babaga

LES RÉSULTATS



H	6	ORGANISATION VISUELLE	
		FORME	XXXX
		COULEUR	XXXXXX
		SOIN	X
		DETAIL	XXXX
		TRAIT	XXXX
F	1	ORGANISATION VISUELLE	X
		FORME	
		COULEUR	
		SOIN	
		DETAIL	
		TRAIT	
H	3	ORGANISATION VISUELLE	
		FORME	
		COULEUR	
		SOIN	X
		DETAIL	X
		TRAIT	XXX
F	4	ORGANISATION VISUELLE	XXXX
		FORME	X
		COULEUR	XXX
		SOIN	X
		DETAIL	XXX
		TRAIT	XXX
H	0	ORGANISATION VISUELLE	
		FORME	
		COULEUR	
		SOIN	
		DETAIL	
		TRAIT	
F	7	ORGANISATION VISUELLE	XX
		FORME	XX
		COULEUR	XXXXXXXX
		SOIN	XXX
		DETAIL	XXXX
		TRAIT	XXXX



ERREUR



ERREUR



ERREUR

PROJET
PIOU PIOU

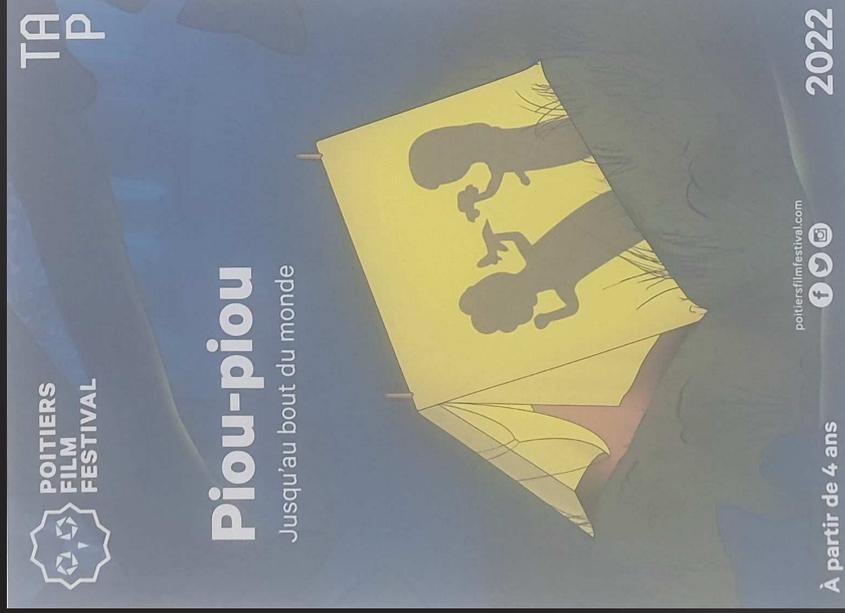
2021-22

- Réalisé par la classe Bachelor Direction artistique digitale – 2^{ème} année

TA
P

POITIERS
FILM
FESTIVAL

Piou-piou
Jusqu'au bout du monde



À partir de 4 ans

poitiersfilmfestival.com

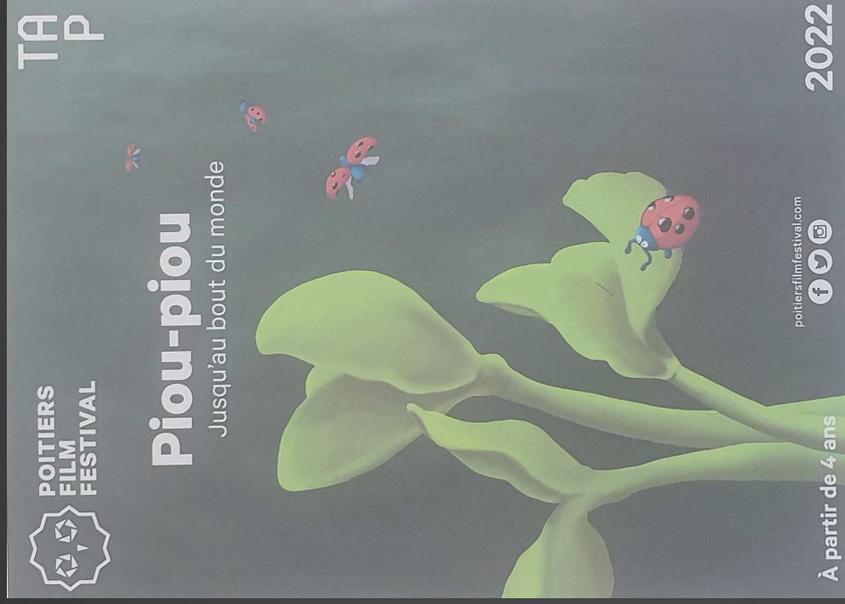
f t i

2022

TA
P

POITIERS
FILM
FESTIVAL

Piou-piou
Jusqu'au bout du monde



À partir de 4 ans

poitiersfilmfestival.com

f t i

2022

TA
P

POITIERS
FILM
FESTIVAL

Piou-piou
Jusqu'au bout du monde



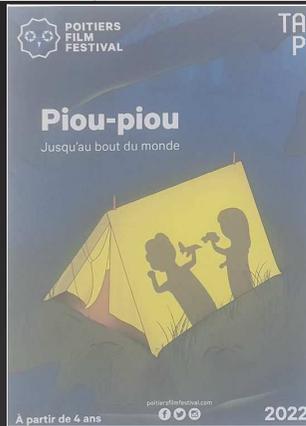
À partir de 4 ans

poitiersfilmfestival.com

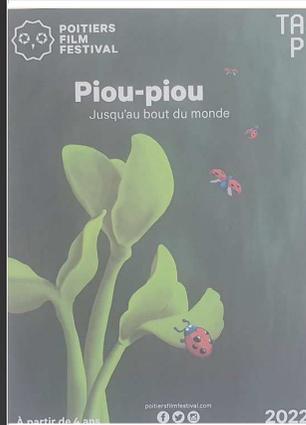
f t i

2022

LES RÉSULTATS



H	7	ORGANISATION VISUELLE	XX
		FORME	XXXX
		COULEUR	XXXXX
		SOIN	XXX
		DETAIL	X
		TRAIT	XXXX
		F	0
		FORME	
		COULEUR	
		SOIN	
		DETAIL	
		TRAIT	



H	1	ORGANISATION VISUELLE	X
		FORME	X
		COULEUR	X
		SOIN	X
		DETAIL	
		TRAIT	X
		F	6
		FORME	XX
		COULEUR	X
		SOIN	XXX
		DETAIL	XXXXX
		TRAIT	XXX



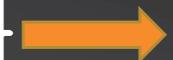
H	3	ORGANISATION VISUELLE	XX
		FORME	XX
		COULEUR	
		SOIN	
		DETAIL	X
		TRAIT	X
		F	4
		FORME	XX
		COULEUR	XX
		SOIN	X
		DETAIL	XX
		TRAIT	XXX



OK



OK



ERREUR

PROJET ÉLECTROMOBILITÉ

2020-21

- Réalisé par la classe de BTEC Graphisme digital – 1^{ère} année



Zéro émission
c'est la solution

L'électrique c'est maintenant 

pas-gratielectromobilite.fr

OFFREZ UN NOUVEAU
SOUFFLE
A VOS DÉPLACEMENTS



pour plus d'information
rendez-vous sur
www.electromobilite.fr

Envie d'air pur
dans votre
ville ?

**PASSEZ A
L'ÉLECTRIQUE**

Sans sortie d'échappement, les voitures électriques
ne produisent aucune émission carbone.

LES RÉSULTATS

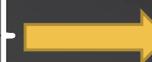
	H	6	ORGANISATION VISUELLE	XXXX
			FORME	XX
			COULEUR	XXXX
			SOIN	
			DETAIL	XX
			TRAIT	XXXX
	F	1	ORGANISATION VISUELLE	X
			FORME	
			COULEUR	
			SOIN	
			DETAIL	
			TRAIT	
	H	0	ORGANISATION VISUELLE	
			FORME	
			COULEUR	
			SOIN	
			DETAIL	
			TRAIT	
	F	7	ORGANISATION VISUELLE	XXXX
			FORME	XXX
			COULEUR	XXXXXXXX
			SOIN	XXXXXXXX
			DETAIL	XXXXXXXX
			TRAIT	XXX
	H	4	ORGANISATION VISUELLE	XXXX
			FORME	X
			COULEUR	XX
			SOIN	X
			DETAIL	
			TRAIT	XXX
	F	3	ORGANISATION VISUELLE	
			FORME	X
			COULEUR	XXX
			SOIN	
			DETAIL	XX
			TRAIT	



ERREUR



ERREUR



OK

PROJET FESTIVAL 01

2021-22

- Réalisé par la classe de BTEC Graphisme digital – 2^{ème} année
- Projet digital en réalité augmentée
- Téléchargez l'application ARTIVIVE sur votre mobile pour animer l'image





FESTIVAL DES ARTS HYBRIDES ET CULTURES NUMÉRIQUES - LA ROCHELLE



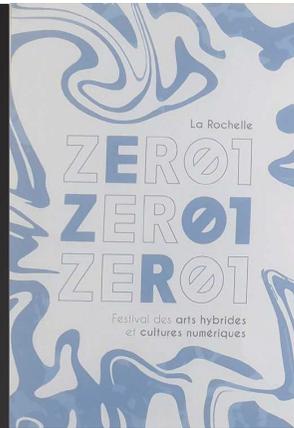
ZERØ 1
FESTIVAL DES ARTS HYBRIDES
ET CULTURES NUMÉRIQUES
LA ROCHELLE



La Rochelle

Festival des arts hybrides
et cultures numériques

LES RÉSULTATS



H	2	ORGANISATION VISUELLE	X
		FORME	X
		COULEUR	X
		SOIN	
		DETAIL	
		TRAIT	
F	5	ORGANISATION VISUELLE	XXXXXX
		FORME	XX
		COULEUR	XX
		SOIN	XX
		DETAIL	XX
		TRAIT	X
H	3	ORGANISATION VISUELLE	XX
		FORME	X
		COULEUR	X
		SOIN	X
		DETAIL	X
		TRAIT	
F	4	ORGANISATION VISUELLE	X
		FORME	XXX
		COULEUR	XX
		SOIN	X
		DETAIL	X
		TRAIT	X
H	6	ORGANISATION VISUELLE	XXXXX
		FORME	XXX
		COULEUR	XXX
		SOIN	X
		DETAIL	XX
		TRAIT	X
F	1	ORGANISATION VISUELLE	
		FORME	X
		COULEUR	X
		SOIN	X
		DETAIL	
		TRAIT	X



ERREUR



OK



OK

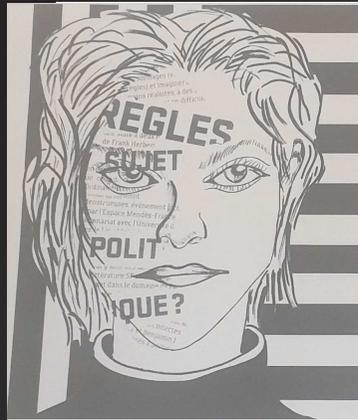
PROJET
ÉGALITÉ HOMME
FEMME

2021-22

- Réalisé par la classe de Bachelor 1^{ère} année



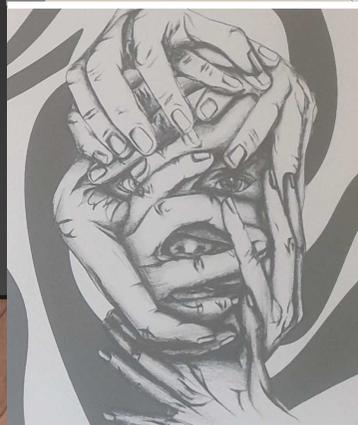
LES RÉSULTATS



H	4	ORGANISATION VISUELLE	XX
		FORME	X
		COULEUR	
		SOIN	X
		DETAIL	X
		TRAIT	XX
F	3	ORGANISATION VISUELLE	XXX
		FORME	XX
		COULEUR	
		SOIN	XX
		DETAIL	XXXX
		TRAIT	XX



H	4	ORGANISATION VISUELLE	XX
		FORME	XXX
		COULEUR	X
		SOIN	
		DETAIL	X
F	3	TRAIT	X
		ORGANISATION VISUELLE	X
		FORME	XX
		COULEUR	XX
		SOIN	X
		DETAIL	X



H	1	ORGANISATION VISUELLE	X
		FORME	X
		COULEUR	
		SOIN	X
		DETAIL	X
		TRAIT	X
F	6	TRAIT	X
		ORGANISATION VISUELLE	XXX
		FORME	XX
		COULEUR	
		SOIN	XXX
		DETAIL	XXXXX



ERREUR



OK



ERREUR

-ANALYSE-

L'ART EST-IL GENRÉ?

L'essentiel des résultats commenté

ANALYSE DES RÉSULTATS

- 9 fois sur 15, les personnes interrogées sont dans l'erreur
- Les erreurs sont plus fréquentes lorsque la production est neutre
- Dans 7 cas sur ces 9, cela représente de 70 à 100% des interrogés
- Les critères les plus invoqués :
 - ✓ La couleur
 - ✓ L'organisation visuelle
 - ✓ La forme
- Toutes les images ont été qualifiées de féminin ou masculin

CONCLUSION

- Il est difficile de déterminer le genre de l'auteur de la production
- L'expression artistique est libre
- Le regard des artistes eux-mêmes est contraint par les stéréotypes de genre
- On peut donc en déduire que les recruteurs seront comme les personnes interrogées, influencés par leur propres constructions stéréotypiques et qu'ils auront des difficultés à s'en détacher dans la qualification des books et productions lors de la phase de recrutement