

Roulons ensemble vers l'égalité

dans la filière économique du vélo

MESURER



COMPRENDRE



AGIR



Editorial & remerciements

→ 03&04

**Enjeux de
l'étude**

→ 05

**Plus de femmes dans le vélo :
quels bénéfices pour les
organisations ?**

→ 06

**Les résultats
chiffrés**

→ 08

**Les résultats des entretiens collectifs
avec les organisations et les femmes
professionnelles**

→ 13

**Des recommandations
transversales aux
branches et applicables
quelle que soit la taille des
organisations**

→ 25

**Des exemples de
recommandations
spécifiques au niveau
des branches**

→ 32

**Faire son
autodiagnostic**

p.35

Editorial

Changeons de braquet pour la féminisation de la filière économique du vélo

Au sein de France Vélo, la volonté de devenir une filière exemplaire sur l'égalité est un souhait très largement partagé. Pour exemple, dès la conception de notre label Cyclescore pour les vélos faits de manière durable et responsable, les industriels et les partenaires impliqués ont souhaité que les efforts pour l'égalité soient valorisés aux côtés des conditions de travail et de l'inclusion. C'est aussi ce qui nous a conduit à lancer cette étude sur la place des femmes dans l'écosystème vélo au lendemain de la signature de notre contrat de filière il y a un an.

Le vélo a longtemps été pensé et produit par les hommes surtout pour les hommes.

En conséquence directe, les femmes sont moins nombreuses à faire du vélo, que ce soit au quotidien (35% de femmes dans les villes françaises), en loisirs ou comme sport (13% de licenciées à la Fédération française de cyclisme). En conséquence, aujourd'hui le vélo est une des filières les moins féminisées. Or nous sommes convaincues que les femmes sont aussi l'avenir du vélo. Pour y remédier, il faut que nous ayons plus de femmes qui aient envie de travailler dans le vélo et qui viennent travailler dans toutes les branches de l'écosystème vélo, du tourisme à la cyclologistique, de la production à la vente, de la réparation à l'aménagement cyclable.

Nous avons créé un groupe de travail avec des représentants des membres de la filière et des professionnelles de toutes les branches d'activités, en collaboration étroite avec l'association des Femmes à vélo et avons lancé une étude, menée par les Roues libres. Cette étude, qui a bénéficié du soutien de nombreux partenaires, s'appuie sur les chiffres de notre observatoire de l'emploi. Mais elle n'est qu'une première étape de prise de conscience et de définition de préconisations.

Soyons toutes et surtout tous engagés dans la durée pour faire du vélo une filière exemplaire où les femmes ont toute leur place.

Chrystelle Beurrier et Patrick Guinard
Vice-présidente et Président de la filière France Vélo

Remerciements

La filière France Vélo remercie ses partenaires qui ont participé au financement de cette étude : l'Ademe, l'Union Sport et Cycle, la métropole du Grand Lyon, CARA, et les Femmes à Vélo, association qui s'est impliquée à plus d'un titre dans le pilotage de l'étude.

La filière France Vélo remercie toutes les organisations et les femmes professionnelles qui ont participé aux entretiens collectifs ainsi que les membres du groupe de travail de la filière France vélo pour leurs apports précieux de l'écriture du cahier des charges aux dernières relectures : Céline Crouzet, Krysia Solheim, Suzanne Lécroart, Coline Trautman, Maud Bayard, Amélie Guicheney, Marjorie Routin, Caroline Faucon, Vincent Monatte, Laura de Brion, Mathilde Duran, Nathalie Daclon, Thierry Bedos, Mélodie Cros Ferréol, Clotilde Imbert, Marjorie Routin, Caroline Van Renterghem.

La filière France Vélo remercie Marion Leturcq, chercheuse à l'INED, et Etienne Dagorn, enseignant chercheur à l'Université de Lille pour leurs contributions volontaires à l'interprétation et la production des résultats chiffrés de cette recherche.

Cette étude a été réalisée par Audrey Landon et Mathilde Groazil Cabo de l'association Les Roues Libres. Alice Pouillevet a été chargée de la réalisation graphique de la synthèse communicante.



Enjeux de l'étude

Peut-on parler d'une économie responsable et durable sans inclure les inégalités sociales qui la traversent ? Les femmes ont peu de place dans l'économie du vélo. Mais **combien sont-elles ?** Quels sont **leur place et leur rôles** ? Que font les organisations pour **attirer, retenir et faire évoluer les talents** d'aujourd'hui et de demain ? Les données sur la place et le rôle des femmes en France sont rares. Et comme dirait l'adage, **ce que l'on ne voit pas n'existe pas**.

Alors que **la filière vélo française se structure** pour devenir un secteur économique, social et territorial important, **la question de la mixité des métiers devient cruciale**.

Nos voisins européens l'ont bien compris. Le réseau **Women In Cycling** rassemble des ressources, des chiffres, et des femmes professionnelles qui œuvrent pour ouvrir la voie aux futures professionnelles. En lançant la première étude nationale sur la place et le rôle des femmes dans la filière vélo, **la France rejoint le rang des pays précurseurs et volontaristes pour une économie du vélo plus mixte, responsable et inclusive**.

Cette étude a pour objectif d'**apporter un éclairage chiffré** sur les taux de féminisation par branche de la filière, d'**identifier les freins structurels des organisations** qui empêchent la participation des femmes et leur progression et de **donner aux structures les moyens d'agir concrètement** à leur échelle.

Que vous soyez **une TPE, PME, un grand groupe, une association ou une collectivité** impliquée dans le vélo, cette étude propose des **solutions pour faire bouger les lignes de l'égalité**.

NB : Le terme "femme" utilisé dans l'étude se veut inclusif et englobe toutes les femmes indépendamment du genre assigné à la naissance, de l'origine, de la situation de handicap, de l'origine. Le terme englobe aussi les pluralités de genre.

Plus de femmes dans le vélo :

quels bénéfices pour les organisations ?



Des organisations plus **performantes**

Des études affirment qu'il existe **une corrélation positive** entre **la présence des femmes** dans les organisations et **une meilleure performance organisationnelle et économique**. Les entreprises dont 30% (ou plus) des postes de direction sont occupés par des femmes ont 18% de chance supplémentaire d'obtenir de meilleurs résultats financiers (McKinsey, Diversity Matters, 2023).



Des organisations plus **innovantes**

Des **équipes mixtes** contribuent à l'**innovation** par la production de **vélos, d'équipements** et de **services adaptés** qui répondent à **tous les usages** des clientes et des clients.



Des organisations plus **attractives**

Une **organisation mixte** **renforce la marque employeur** et la **rétenction des talents**. La démarche d'égalité si elle est bien menée est un élément **fédérateur** fort auprès de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs.



Des organisations plus **impactantes**

L'ONU déclare que **l'égalité femmes-hommes** est un **indicateur prioritaire qui doit être transversal** aux 16 autres objectifs de développement durable. Mettre en place des **organisations mixtes contribue à transformer durablement nos sociétés** dans la droite ligne des recommandations de l'ONU.

RAPPEL À LA LOI



L'égalité professionnelle : une obligation légale pour les organisations

L'égalité entre les femmes et les hommes est **un droit fondamental** inscrit dans le **préambule de la Constitution française**. Au fil des décennies, **un arsenal juridique** s'est constitué pour **garantir l'égalité professionnelle**. Les organisations publiques et privées, quelle que soit leur taille, doivent s'y conformer.

→ OBJECTIFS EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

Toutes les organisations, même les TPE et PME, doivent formuler des **objectifs visant l'égalité professionnelle** entre les femmes et les hommes.

👤 Article L.1142-5 du Code du travail

→ ÉGALITÉ DE RÉMUNÉRATION

Pour **un même travail ou un travail de valeur égale**, l'employeur doit respecter le principe d'**égalité de rémunération** entre les femmes et les hommes.

👤 Articles L. 3221-2 et L. 3221-6 du Code du travail

→ PRINCIPE DE NON-DISCRIMINATION

Les **différences de traitement liées au sexe** sont considérées comme **un délit** et sont punies par la loi.

👤 Articles L. 1132-1 et L. 1142-1 du Code du travail
Articles 225-1 à 225-4 du Code pénal

→ OBLIGATION DE SÉCURITÉ ET DE SANTÉ DE L'EMPLOYEUR

L'employeur doit prendre toutes les mesures nécessaires pour assurer la **santé et la sécurité physique et mentale des collaboratrices et collaborateurs**.

👤 Article L.4121-1 du Code du travail

Les organisations de plus de 50 salariées et salariés devront indiquer le salaire sur leur offre d'emploi d'ici à juin 2026. Directive européenne (UE) 2023/970

💡 Le saviez-vous ?

Dans des secteurs professionnels majoritairement masculins, **la loi autorise la priorisation d'actions de promotion et de recrutement de femmes à des postes où elles sont les moins représentées**, si ces actions reposent sur un objectif légitime et proportionné. Article L1132-1 du code du travail

On parle ici d'**équité**, c'est-à-dire de donner les moyens et les outils à des personnes qui n'ont pas les conditions réunies au départ, d'accéder aux mêmes opportunités professionnelles que les autres.



Les résultats chiffrés

18% : taux de féminisation moyen de la filière vélo en 2024

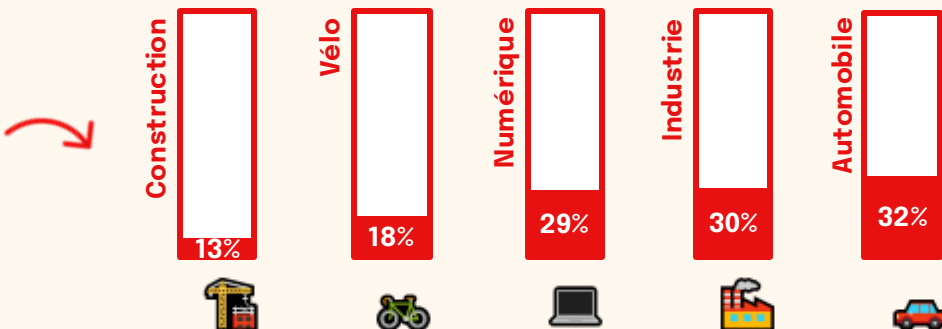
Sur 63 731 ETP* recensés, **11 408 ETP*** sont occupés par des femmes.



*Définition Équivalents Temps Plein (ETP)

Nombre de postes, à temps plein ou partiel, couvrant le volume total des activités d'une organisation, d'une branche, etc. ramené à un temps plein. Cette mesure permet d'avoir une vision consolidée des effectifs, indépendamment des quotités de travail (temps plein, temps partiel, contrats saisonniers, etc.).

La proportion de femmes dans la filière vélo n'est pas très éloignée du taux de féminisation d'autres filières techniques. Toutefois, des **efforts importants** ont été menés pour **encourager la mixité professionnelle** dans la **filière du numérique et de l'industrie** par exemple, ce qui explique des taux relativement plus élevés. Des **exemples à suivre pour la filière vélo**.



Sources : Fédération française du bâtiment (FFB), 2022 (construction) ; Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (HCE), 2023 (numérique) ; Industri'Elles/DGE, 2024 (industrie) ; Roland Berger, WAVE Les Elles de l'Auto, Mobilians, 2024 (automobile).

Proportion des femmes par filière

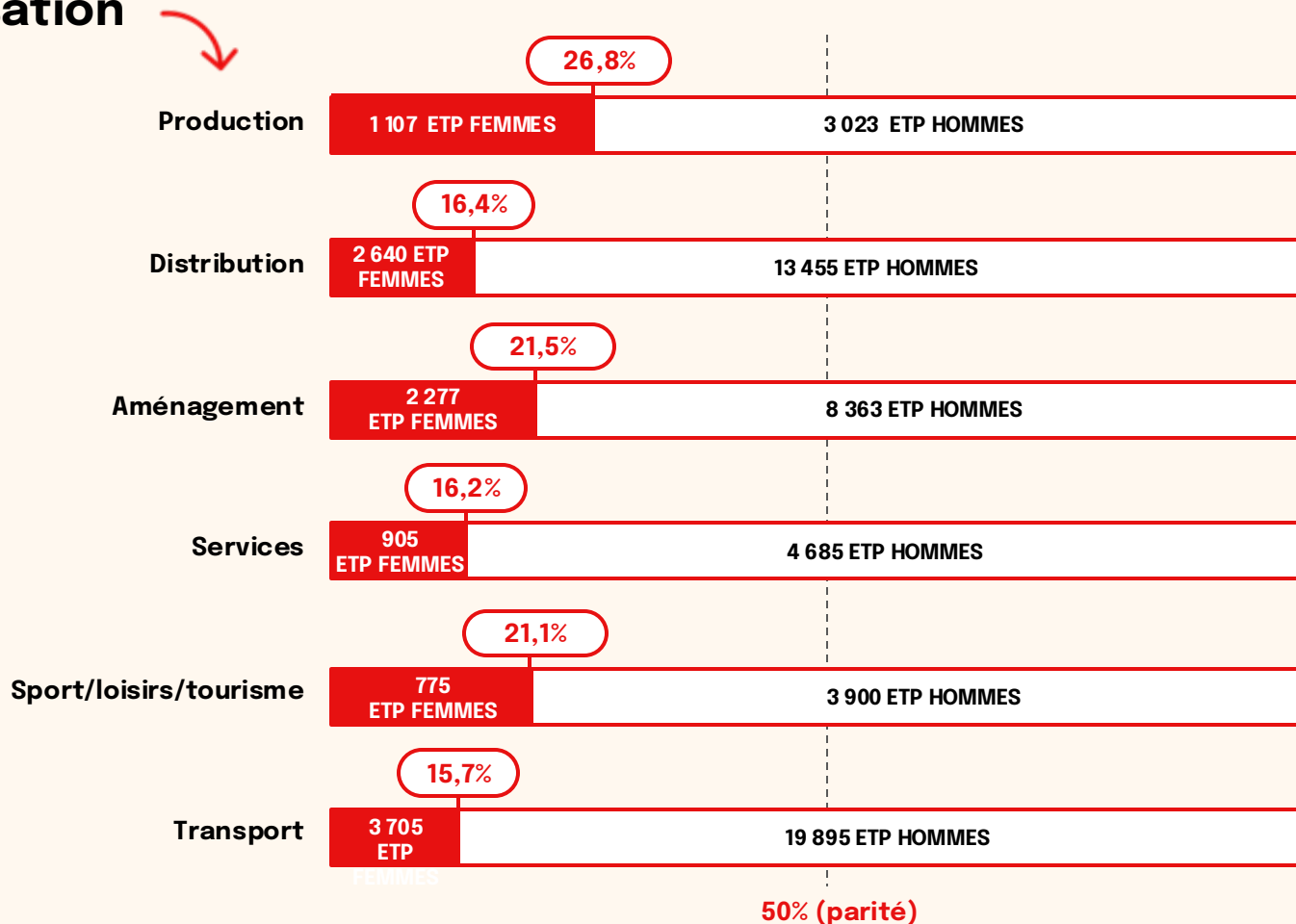
Taux de féminisation par branche

Aucune branche n'atteint la parité. Les écarts entre les branches restent modestes (11,1 points d'écart entre les branches Transport et Production).

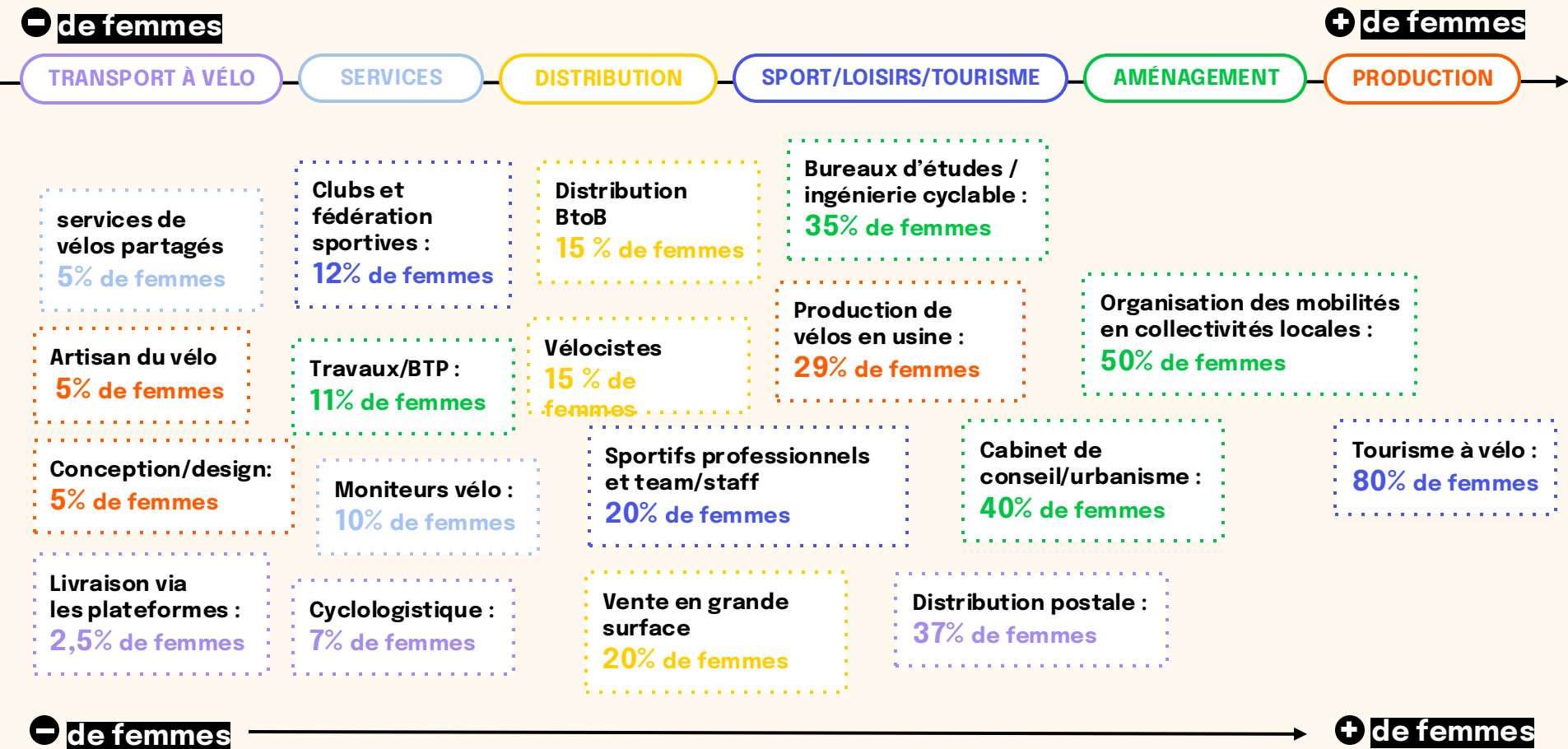
La production est la branche où le taux de féminisation est le plus élevé (26,8%) : les usines de vélos emploient effectivement beaucoup de femmes.

A contrario, le transport est la branche où le taux de féminisation est le plus bas (15,7%).

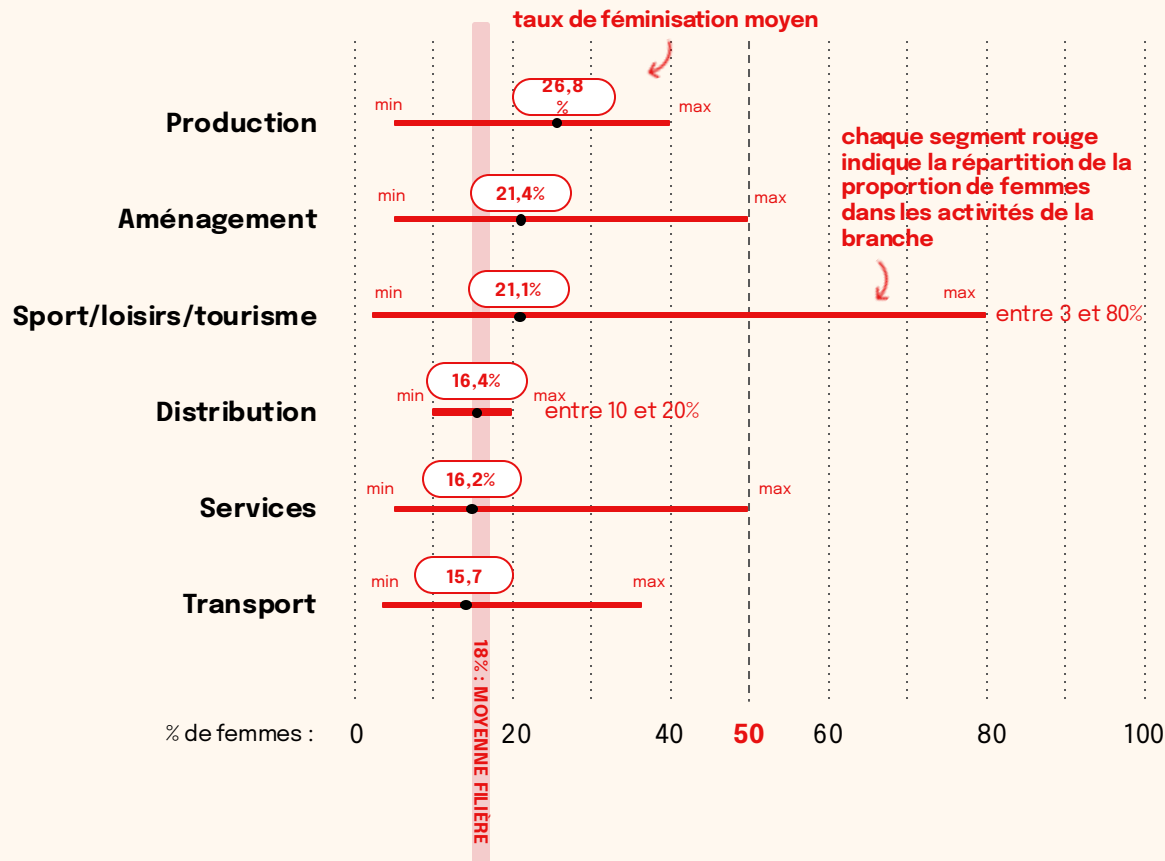
Ces chiffres nous éclairent sur les efforts à fournir au sein de chacune des branches pour atteindre la parité.



| Quelques exemples de taux de féminisation par activité



Pour aller plus loin, le graphique suivant donne des indications sur la **représentation des femmes au sein des activités par branche.**



Ce graphique indique qu'**au sein des branches, il existe des activités très féminisées et d'autres très peu féminisées.**

Par exemple, la branche **Sport/Loisirs/Tourisme** se caractérise par un **écart de féminisation au sein de ses activités entre 3% et 80%**. A contrario, l'**écart de féminisation au sein des activités de la branche Distribution oscille entre 10% et 20%**, ce qui indique que la répartition des femmes reste assez homogène parmi les activités de cette branche.

Ce graphique indique aussi que **les femmes sont parfois présentes dans les activités des branches les plus importantes en termes d'emploi et que parfois non : les situations sont diverses.**

En effet, le **point noir** est pour la plupart des branches **à gauche du segment horizontal rouge**, ce qui indique que les activités les plus importantes en termes d'emploi sont aussi les moins féminisées. A contrario, pour la **production et la distribution**, le **point noir** est à **droite du segment horizontal rouge**, ce qui indique que les activités les plus importantes en termes d'emploi sont aussi les plus féminisées.



Les résultats des entretiens collectifs avec les organisations et les femmes professionnelles

Des entretiens collectifs avec les organisations et les femmes professionnelles apportent des éléments de réponse **sur les raisons qui freinent les femmes à rejoindre la filière vélo**. Il s'agit notamment de **comprendre le vécu professionnel des femmes**, de partager des **histoires inspirantes** et d'**identifier les freins structurels des organisations** en analysant leurs **pratiques RH et managériales**.

100%

des organisations interrogées dans le cadre des *focus group* organisés pour cette étude déclarent que **l'égalité professionnelle est un sujet de préoccupation**.

Si toutes les organisations interrogées agissent à leur échelle, **les actions et les prises de décision sont souvent ponctuelles, informelles, limitées à un service, à un projet ou à l'engagement d'une poignée de personnes**. Les organisations sont aussi limitées par des représentations persistantes et des freins structurels qui les empêchent d'**opérer une transformation profonde et réelle**.

Les freins à lever pour agir efficacement pour l'égalité



Les organisations butent sur des **idées reçues**

“L'égalité professionnelle, c'est avant tout une bataille culturelle, les organisations n'ont pas vraiment le pouvoir d'agir”

Si un **changement culturel** est bien nécessaire pour modifier les perceptions, faire évoluer les mentalités et les comportements, **les acteurs économiques ont un rôle déterminant** pour opérer cette transformation. La sous-représentation des femmes dans la filière n'est pas une fatalité et ne peut être perçue comme un problème exclusivement exogène aux organisations. Ce sont des sujets de **gestion des ressources humaines, de communication et de conformité aux obligations légales**.

“Le problème dans le recrutement, c'est la nature des postes physiques. Sur certains postes, il n'y a pas beaucoup de femmes”.

Les stéréotypes assignent les femmes et les hommes à des postes selon leur genre (femmes aux fonctions supports et hommes aux fonctions techniques). Comprendre et **déjouer les stéréotypes** permet d'**offrir les mêmes perspectives professionnelles à toutes et tous**.

“On n'est pas vraiment concerné, dans notre organisation, on progresse en fonction de ses compétences.”

Les femmes n'ont pas les mêmes carrières que les hommes et subissent plus de discriminations liées au recrutement, à l'accès aux postes à responsabilités, aux salaires. **La loi oblige toutes les organisations, quelle que soit leur taille, à prévenir les ruptures d'égalité**.

“Le secteur du vélo, c'est avant tout un esprit de famille, les violences ne sont pas si fréquentes.”

Plus de 50% des femmes interrogées dans le cadre de cette étude déclarent être **victimes de violences sexistes et sexuelles**. Les organisations ont l'obligation légale de mettre en place des dispositifs de détection, de prévention des violences sexistes et sexuelles et de sanctionner les auteurs des faits.

Les organisations **n'agissent pas assez** sur les fondamentaux de l'égalité professionnelle

Les **organisations interrogées** soulèvent **différents sujets liés aux inégalités professionnelles** qu'elles doivent pouvoir **intégrer**, à moyen terme, **dans leur plan d'action** pour pouvoir **les corriger**. Nous les avons identifiés et analysés **au prisme des facteurs d'inégalités professionnelles**.

Des pratiques de recrutement qui **ne ciblent pas les femmes**

Les organisations interrogées s'accordent à dire qu'elles **reçoivent très peu de candidatures de femmes à des postes dits "techniques"**.

"Le recrutement et les profils, c'est un enjeu. Beaucoup d'hommes postulent, ce qui n'est pas le cas des femmes"
"La plus grosse difficulté que nous rencontrons est d'obtenir des candidatures féminines sur nos offres d'emplois"
"Il y a un problème RH, quand on recrute sur des postes techniques dans le vélo, les candidatures restent masculines ; le potentiel/le vivier est plus masculin"

La quasi absence de femmes candidates est une réalité mais ne doit pas être une fatalité. Une marge de progression existe pour attirer plus de femmes à des postes où elles sont les moins attendues.



Aurore Passarella

TÉMOIGNAGE

Aurore Passarella est Technicienne Méthode chez Arcade Cycles, à la Roche-sur-Yon. D'abord coiffeuse, elle a ensuite réalisé un virage professionnel en intégrant l'entreprise comme Opératrice polyvalente. En 26 ans de carrière, Aurore a pu évoluer vers différents postes grâce à des formations internes et externes pour son certificat de qualification paritaire de la métallurgie (CQPM).

Aujourd'hui technicienne méthode, l'une de ses missions principales est de travailler sur l'ergonomie des postes pour les rendre accessibles à toutes et tous. Elle raconte la dernière innovation : *"Grâce à l'installation récente d'une ligne de montage aérienne, la descente de vélo n'est plus une tâche lourde et tout le monde peut accéder à ce poste".*

Même si des efforts restent à faire, Aurore a vu au fil des années des progrès sur l'augmentation des femmes sur les chaînes de montage de vélo. *"Avant il y avait beaucoup d'hommes sur les postes d'encadrement terrain, aujourd'hui cela a changé, c'est 80% de femmes qui dirigent les ateliers. Notre cheffe d'atelier est une femme alors que ça a toujours été un homme depuis la nuit des temps".*

Pourquoi les femmes ne candidatent pas ?

→ **Les offres d'emploi ne s'adressent pas aux femmes** : La **dimension inclusive** d'une **offre de recrutement** est très souvent **réduite** au fait de publier une **annonce** avec un **nom de poste** au **"masculin"** et au **"féminin"**, ou de mettre la **mention H/F**. Ces **ajustements à la marge** ne **peuvent constituer**, à eux seuls, une **politique forte de recrutement inclusif**.

→ **Les canaux de diffusion ne ciblent pas les femmes** : En analysant les **canaux de diffusion**, on voit que ces derniers sont souvent très **classiques**. Les **offres** sont aussi parfois **diffusées dans les cercles restreints** des professionnels du vélo, où les femmes sont quasi absentes.

Si **des efforts sont faits**, ils doivent être **plus structurés** et **intégrés dans une démarche plus globale de recrutement inclusif**. Cela doit prendre en compte le **fond et la forme d'une offre d'emploi**, une **nouvelle stratégie de diffusion** pour cibler des **nouveaux prescripteurs** à l'emploi ou des **organisations engagées** pour la mixité femmes-hommes et adopter une **stratégie de communication inclusive plus aboutie**.

FOCUS



La puissance des stéréotypes de genre

Un stéréotype est une **simplification de la réalité acceptée** et **véhiculée** sur une personne ou un groupe de personnes. **Nous avons toutes et tous des stéréotypes**. Le plus important est d'**en prendre conscience** et de **savoir les identifier** pour **pouvoir les déjouer**.

Penser que les **hommes** sont **plus adaptés aux postes de direction** car ils auraient une autorité naturelle ou que les **femmes** sont parfaites pour **réaliser des tâches de " finition "** sur des vélos car elles seraient plus minutieuses sont des **exemples de stéréotypes**.

Ces idées reçues **réduisent les opportunités professionnelles** des personnes, principalement celles des femmes.

⚠ **Recruter, faire évoluer ou ne pas faire évoluer** une personne sur la base d'un **stéréotype** est un **traitement différencié** qui s'apparente à une **discrimination au travail (loi de 2008)**



Camille Hanuise

TÉMOIGNAGE

Camille a suivi une formation littéraire, et a commencé sa carrière dans l'enseignement supérieur. C'est en tant qu'adhérente à Paris en Selle qu'elle est **"tombée dans la marmite du vélo"**. D'abord directrice de cette association pendant quatre ans, elle travaille depuis 2023 comme consultante en urbanisme et politiques cyclables dans le bureau d'études Solcy. Sur sept personnes, Camille est la seule femme mais elle se sent reconnue. Elle explique que c'est un enjeu qui est clairement identifié par son entreprise. En effet, elle précise **"Il y a plus de candidatures d'hommes car il y a beaucoup d'ingénieurs dans les métiers de la conception"**.



Andrée Thureau

TÉMOIGNAGE

Andrée Thureau est aujourd'hui Cheffe d'équipe de production à la Manufacture Française du Cycle, dans les Pays-de-la-Loire. Andrée a rejoint l'entreprise il y a 18 ans comme Opératrice puis comme Conductrice de ligne avant de prendre ses fonctions d'encadrement.

La Cheffe d'équipe encadre 160 personnes et accompagne au quotidien les opérateurs et les opératrices dans leur fonction. Elle agit pour prévenir les troubles musculo-squelettiques de son équipe en privilégiant la rotation des postes et la polyvalence.

Andrée a connu un environnement de travail différent à son arrivée. *"Quand je suis arrivée, il n'y avait que des hommes sur la chaîne et on embauchait plus les hommes en CDI que les femmes". "J'ai été la première femme Cheffe de Chaîne", j'ai eu plusieurs fois envie de lâcher mais j'ai continué et "aujourd'hui, il y a majoritairement des femmes à ce poste".*

Andrée souligne aussi que des aménagements de postes ont été faits sur les chaînes de montage pour permettre une réduction de pénibilité des tâches et accueillir une plus grande diversité de profils.

Cependant des efforts restent à faire dans la répartition femmes/hommes sur certains postes et à la direction. Une grande partie de ses responsables restent des hommes.

Une ségrégation des métiers encore persistante

Dans la majorité des cas, les organisations déclarent la faible présence des femmes **à des postes techniques ou physiques**. Les professionnelles interrogées témoignent également de leur **place et rôle genrés dans les organisations**.

Une répondante déclare que dans son organisation (branche Production), au service décor : "Il y a essentiellement des femmes car elles seraient plus "minutieuses".

Sans surprise, les femmes sont présentes généralement **dans des fonctions supports** comme le marketing, la communication, la comptabilité ou encore les fonctions RH.

Un accès inégal aux postes à responsabilité et à l'évolution de carrière

87% des organisations interrogées **n'ont pas de plan de formation dédié pour les femmes** afin de les encourager et les outiller pour qu'elles évoluent professionnellement.

13% seulement des organisations interrogées **ont un réseau de femmes ou d'ambassadrices**.

Quand elles existent, **les actions menées pour permettre aux femmes d'obtenir des postes à responsabilité sont rares**. Cela explique la sous-représentation notable des femmes à des postes à responsabilité dans les équipes de management mais aussi dans les instances de direction ou encore à la gouvernance.

Une professionnelle témoigne de ses difficultés à occuper des postes décisionnaires : **“Je ne peux pas être à des réunions qui finissent à minuit ou venir à Paris quand je suis en garde partagée...”**.



TÉMOIGNAGE

Sonia Boury Bouabdela

Engagée depuis plus de 15 ans dans le monde du cycle, Sonia a plusieurs cordes à son arc. Elle est d'abord entrepreneure. Elle a cofondé ZE Plombier en 2010, la première entreprise de plomberie chauffage en France à vélo qui est à Nantes. Sonia a aussi co-créé la première antenne des Boîtes à Vélo France à Nantes en 2012 dont elle est aujourd'hui co-présidente.

Elle a été co-présidente des Boîtes à vélo France et a été co-présidente de la FUB et co-présidente de l'APIC. Ses multiples fonctions lui ont permis d'avoir une vision élargie des relations femmes-hommes dans le monde du cycle.

Sonia partage les bonnes intentions du monde associatif à faire bouger les lignes sur les enjeux d'égalité femmes-hommes. Cependant, elle constate encore des difficultés quand on est une femme dans un conseil d'administration. *“C'est difficile de prendre la parole quand on est une femme face à des hommes qui monopolisent la parole et par ailleurs se sentent légitimes sur leurs compétences techniques”*. Elle ajoute *“Je suis une maman, en garde partagée, je ne peux pas être à des réunions qui commencent à 18h et se terminent à minuit”*. *“Il manque des propositions pour mieux s'adapter à nos contraintes familiales”*.



TÉMOIGNAGE

Aurélia Thirion

Aurélia Thirion est Représentante technico-commerciale chez Hepha pour l'Est de la France. Sa mission est de constituer, gérer, animer, un réseau de distributeurs en implantant la marque dans les magasins de vélos.

Aurélia a une longue carrière dans la fonction de Commerciale, et fait partie de ces exceptions qui démontrent que l'on peut être une femme et commerciale.

Le vélo a toujours fait partie de la vie d'Aurélia. Pendant ses études, elle a trouvé une alternance dans un magasin familial de cycles et y a travaillé pendant 10 ans.

Aurélia reconnaît cependant que le milieu est très masculin. *"90% des commerciaux sur la route sont des hommes". "On retrouve plus de femmes dans le textile ou les pièces détachées".*

Lors de ses précédents emplois, Aurélia a aussi senti le poids d'être maman. *"A mon retour de mon premier congé maternité, on m'a fait comprendre que c'était compliqué".*

Aurélia adore sa fonction aujourd'hui *"Je suis autonome. J'ai mon véhicule, mes vélos de démonstration. Je les charge et décharge plusieurs fois par jour pour les présenter en magasin et j'assume".*

Une articulation vie personnelle, familiale et professionnelle prise en compte mais qui reste difficile à concilier selon les métiers et les activités

87% des organisations interrogées **déclarent mettre en place des mesures pour faciliter l'articulation entre la vie personnelle et professionnelle des salariées et des salariés** (exemple : aménagement des horaires de week-end suite à un retour de congé maternité, flexibilité des horaires, télétravail quand cela est possible)

Cependant, plusieurs organisations expriment **les difficultés que rencontrent les femmes** pour être recrutées (ou pour rester) **à des postes où les horaires sont souvent décalés, ou extensibles** (métiers de commerciaux ou de consultants par exemple).

Les organisations interrogées **peinent** aussi à **recruter des femmes** dans leur **comité de direction ou conseil d'administration** car les réunions se font souvent en dehors des heures de travail.

La quasi absence de prise en compte de la prévention des violences sexistes et sexuelles

50% des professionnelles interrogées déclarent **avoir été victimes de violences sexistes et sexuelles au cours de leur carrière**. Ce chiffre corrobore les résultats de l'**enquête Les Roues Libres de 2023** qui révèle que **58% des femmes professionnelles du vélo** interrogées ont été **victimes de violences sexistes et sexuelles** au travail.

Et pourtant, seulement **53%** des organisations interrogées déclarent **mener des actions et disposer d'outils pour prévenir les violences sexistes et sexuelles**.

73% des organisations interrogées déclarent que les personnes qui dirigent la structure **ne sont pas formées au sujet d'égalité et à la prévention des violences sexistes et sexuelles**.



Laura de Brion

TÉMOIGNAGE

Après une expérience de commerciale dans le secteur des ustensiles de pâtisserie, Laura a intégré Les Vélos Vert à Blois, en tant que Chargée de développement commercial cyclotourisme. Depuis deux ans, elle développe de nouveaux projets pour faire évoluer le catalogue de l'agence. Elle s'occupe aussi des campagnes marketing web. Pratiquante de vélo et engagée sur les sujets d'égalité femmes-hommes, Laura a intégré le groupe de travail dédié de la filière France Vélo.

Laura partage qu'il est important d'outiller les TPE-PME afin de mieux les accompagner sur les démarches égalité hommes-femmes.

Et quand on lui demande si elle a déjà été exposée à du sexisme dans sa carrière, elle raconte : *"Lors d'un évènement professionnel, on m'a demandé si j'étais la femme de mon chef ou si j'étais en charge du secrétariat" "Une femme qui accompagne un homme ne pouvait donc être qu'une épouse ou une secrétaire".*



**Prendre le chemin de l'égalité,
par où commencer ?**

Agir à son échelle, c'est d'abord adopter une posture d'écoute, d'ouverture d'esprit et de curiosité

Chaque **dirigeante et dirigeant, collaboratrice et collaborateur** peut et doit **agir à son échelle**. Se questionner sur **ses propres stéréotypes**, **se former** sur les inégalités professionnelles, **comprendre les besoins spécifiques** des personnes sont **des outils** qui **transforment** profondément la **culture des organisations**.

FOCUS

Le rôle essentiel des hommes pour faire bouger les lignes de l'égalité professionnelle

La **responsabilité de la politique d'égalité professionnelle** doit être **aussi portée par les hommes**, d'autant qu'à date ils sont beaucoup à occuper des **postes à responsabilités**.

Ils doivent aussi **mener un travail pour transformer leurs pratiques professionnelles** (postures, agissements, interactions, etc.) et pour cela, les **organisations doivent investir** prioritairement dans leur **formation**. Pour rappel, 50% des femmes professionnelles interrogées ont été victimes de violences sexistes et sexuelles au cours de leur carrière.

Les **recommandations** répondent à **trois grandes priorités** dont **les organisations doivent se saisir** pour **accélérer** la **présence des femmes** dans des **métiers où elles sont les moins représentées**:

PRIORITÉ 1

**Attirer et recruter
les femmes**



PRIORITÉ 2

**Retenir
les femmes**



PRIORITÉ 3

**Faire évoluer
les femmes**



 Les recommandations présentées **ne nécessitent pas un budget important** mais elles **exigent toutes une volonté d'agir et un engagement collectif pour assurer leur succès**.

 Certaines recommandations sont **immédiatement actionnables**, d'autres nécessitent un peu de temps pour les organiser.

 Chaque organisation quelle que soit sa taille **peut agir à son échelle**. Il est possible de commencer par **des actions simples**. **Tester une idée** est souvent plus **facile** quand on est **une organisation à taille réduite**.

Des recommandations transversales aux branches et applicables quelle que soit la taille des organisations

Faire changer de regard sur les métiers

+ facile

Utiliser le langage inclusif dans les prises des paroles (par exemple, bonjour à toutes et tous, bonjour tout le monde, vs bonjour à tous ou salut les gars)

Intégrer plus de visuels de femmes sujets et en action dans ses communications sur les sites internet, les réseaux sociaux et les offres d'emploi. Briefer le photographe dans ce sens si nécessaire.

Valoriser les femmes qui travaillent déjà dans les organisations à travers des témoignages sur son site internet, ses réseaux sociaux, ou un évènement.

Participer ou organiser des actions dédiées à la mixité des métiers dans les établissements scolaires, les universités, les forums de l'emploi, lors des afterworks ou des webinaires avec des structures expertes de ces sujets.

- facile

Bonnes

pratiques

🚲 **Cyclable** valorise des portraits de femmes professionnelles de son entreprise sur son site internet

🚲 L'association **Les Femmes à vélo** a co-rédigé et lancé le 1er Manifeste des femmes à vélo en 2023 pour porter la voix des femmes professionnelles de la filière vélo et organise également des afterworks et des webinaires sur les thématiques de la mixité femmes-hommes toute l'année

HORS SECTEUR VÉLO

→ L'association **Social Builder** a réalisé en 2017 **un chatbot d'orientation dédié aux femmes en reconversion professionnelle** pour leur présenter les métiers différemment et les connecter à l'écosystème professionnel sur leur territoire

→ L'**UIMM** propose **une plateforme spécialement conçue pour l'orientation des femmes vers les métiers de l'industrie**. Le site présente notamment des témoignages en vidéo de femmes pour faire changer de regard sur les métiers : tuastaplace.com

Lutter contre les violences sexistes et sexuelles

+ facile

Partager des supports pour prévenir les violences : affiches, flyers, article spécifique dans les contrats de travail, chartes, compléter son règlement intérieur.

Nommer une/un référente pour recueillir les signalements (au CSE dès 11 salariées/salariés).

Former l'ensemble du personnel y compris la direction sur la prévention et la détection des VSS.

Former la/le référente sur les modalités de l'enquête interne pour la mener selon la loi et sanctionner les auteurs des faits, et sur l'accompagnement des victimes

Travailler avec des structures extérieures pour accompagner les victimes et mener des enquêtes en toute neutralité.

- facile

Bonnes pratiques

 **La Métropole de Lyon** a désigné un référent VSS dans leur CSE (obligation légale) et a un dispositif de prévention avec des affichages.

 **Shimano** propose "la méthode Stand-Up", une formation, développée par l'association RightToBe pour réagir en cas de VSS et dispose d'un protocole de lutte contre les VSS et d'une cellule de signalement.

 **Le CEREMA** dispose d'un dispositif de signalement contre les VSS et mène des actions de formation et de sensibilisation.

 **La FFC** dispose d'un plan de prévention contre les VSS, a désigné une chargée de mission sur la prévention des VSS, et dispose d'un livret de sensibilisation.

 **Le CREPS Val de Loire** mène des actions de sensibilisation (affichage) auprès des sportifs et sportives, et des formations auprès de leurs collaboratrices/collaborateurs (éducatrices/éducateurs et coordinatrices/coordonateurs).

 **Coopcycle** organise des réunions en non mixité facilitant la prise de parole des femmes et des minorités de genre. La fédération travaille sur un manifeste et un protocole de prévention des VSS.

Renforcer son processus de recrutement

+ facile

Réserver des places de femmes candidates tout au long du processus de recrutement

Rédiger des comptes rendus synthétiques en fin d'entretien afin de se rappeler de toutes les candidatures et de recruter sur des éléments factuels.

Mener les entretiens de recrutement en binôme (et si possible binôme femme-homme) pour confronter les points de vue.

Sortir de la lecture linéaire du CV et la recherche de diplômes en privilégiant des cas pratiques ou des mises en situation pour identifier et valoriser aussi des compétences transposables.

- facile

Bonnes pratiques

🧑‍🦰 **Cycles Victoire** a eu une démarche volontariste en recrutant au moins 50% de femmes pour une de leur formation cadreuse/cadreur vélo entre 2023 et 2024.

→ France Travail :

- * La **méthode de recrutement par simulation (MRS)** permet d'élargir la recherche de candidates/candidats en privilégiant le repérage des habiletés nécessaires au poste de travail proposé, par des mises en situation (au delà du CV)
- * La **POE (Préparation Opérationnelle à l'Emploi)** permet à l'employeur de recruter une personne demandeuse d'emploi qui sera préalablement formée avant d'intégrer l'entreprise. Ce dispositif est soutenu financièrement par France Travail.
- * L'**immersion facilitée (PMSPM)** dans les organisations pour faire connaître les métiers du vélo avant une formation ou un recrutement

Déjouer les stéréotypes de genre

Des outils en ligne existent pour **tester son niveau de conscientisation des stéréotypes**. Ce sont les tests d'associations implicites.

Se former aux stéréotypes femmes-hommes. Comprendre le fonctionnement d'un stéréotype, sa raison d'être et les conséquences, identifier les moments où nos stéréotypes sont les plus présents permet de mieux les déjouer et ainsi réduire les risques de discriminations sur les individus.

Former les responsables à la non-discrimination au travail (management d'équipe, évolution de carrière, formation, etc.) permet de mieux connaître ses obligations légales et de s'y conformer.

Bonnes pratiques

🧑‍🦰 **La Maison du Vélo de Toulouse, Les Boîtes à Vélo** (pour leur formation au métier de la Cyclologistique), **la FUB** (pour leur formation au métier d'Animation Mobilité Vélo), et le groupe **Cyclonova** ont fait appel à une structure experte pour se former à la prévention des stéréotypes de genre.

Concilier la vie professionnelle, personnelle et familiale

+ facile

Ne pas organiser de réunions importantes les mercredis, à la première heure le matin ou en fin d'après-midi (entrées et sorties d'école), le jour de la rentrée scolaire ou pendant les vacances scolaires.

Pendant les entretiens annuels, informer avec bienveillance sur le choix des temps partiels et ses conséquences sur le long terme. Les inégalités salariales sont en partie liées au temps de travail inférieur des femmes tout au long de leur vie. La flexibilité horaire est parfois suffisante pour articuler la vie professionnelle et personnelle sans avoir recours au temps partiel.

Avoir une charte des temps permettant, quand cela est possible, de la flexibilité horaire. La charte des temps peut aussi insister sur le droit à la déconnexion et les bonnes pratiques à adopter pour le télétravail.

Réaliser un guide sur les parentalités, inciter les seconds parents, et notamment les pères, à prendre l'intégralité de leur congé second parent (28 jours) et les congés parentaux.

Bonnes pratiques

🚲 **Les Boîtes à vélo, le CEREMA, la Métropole de Lyon et Ridy (groupe Cyclable)** testent ou ont déjà mis en place la semaine de 4 jours qui permet de réaliser sa semaine de travail en 4 jours au lieu de 5 jours sans baisse de rémunération.

👶 **Le CEREMA** propose des places en crèche et des chèques emploi service (CESU).

🚲 **Vélorizons** propose une mutuelle incluant 15H de garde d'enfants, un soutien parental et une aide aux devoirs.

Adapter son offre de recrutement

+ facile

• **Adopter un vocabulaire accessible** par toutes et tous, facile à lire et à comprendre, en évitant des néologismes qui complexifient parfois la compréhension du poste (comme par exemple “dispatcher” dans la cyclogistique).

• **Adopter un langage inclusif plus avancé** : au-delà du titre du poste (ex : “mécanicien H/F” ou “cyclogosticien/cyclogosticienne”) pour présenter l’organisation, la mission et les compétences demandées de manière plus inclusive.

• **Incarnar l’offre avec des visuels** qui montrent la diversité des profils et notamment des femmes non stéréotypées et en action.

• **Mettre en valeur les savoir-être** qui sont des compétences à part entière dans le monde du travail, souvent négligées, alors qu’elles sont transposables d’un domaine d’activité à un autre et sont de réels atouts.

• Au-delà des avantages classiques qui sont valorisés (ex : mutuelle, tickets restaurants, RTT etc.), **mettre en avant aussi les avantages liés à l’égalité femmes-hommes** comme les dispositifs de lutte contre les violences sexistes et sexuelles, les chartes de bien vivre ensemble, les grilles salariales, les règlements intérieurs, etc.

• **Indiquer le salaire ou une fourchette** dans l’offre de recrutement, véritable gage de transparence.

• **Varié le choix des prescripteurs à l’emploi et les canaux de diffusion** en travaillant avec des associations expertes qui connaissent les publics et notamment les femmes.

- facile

Faciliter l'accès des femmes à des postes à responsabilité



facile

Faire des entretiens réguliers avec les femmes pour comprendre leurs besoins spécifiques de formation.

Inciter davantage les femmes à se former et à postuler à des postes à responsabilités.

Suivre le nombre de promotions femmes-hommes et le nombre de formations femmes-hommes pour identifier les écarts.

Ouvrir les postes de direction ou d'encadrement aux personnes à temps partiel, de retour de congés parentaux, maternité, etc.

Proposer des formations sur le leadership.

Mettre en place des programmes de mentorat avec des femmes professionnelles.



facile



Bonnes pratiques

 **Cykleo** propose un programme de formation sur le leadership pour les encadrantes/ encadrants.

 **La FFC** porte le programme "Club des 300" du Comité National Olympique et Sportif Français qui accompagne les femmes vers des postes de dirigeantes en les formant sur des compétences telles que la communication, la finance, le media training ou le leadership.

Garantir des rémunérations équitables

+ facile

Indiquer le salaire ou une fourchette de salaire sur l'offre d'emploi.

Opter pour une grille salariale au sein de l'organisation.

Accorder aux personnes à temps partiel ou en congé parental les mêmes perspectives d'évolutions salariales que les autres.

Contrôler la répartition des enveloppes salariales et des primes pour s'assurer que les femmes et les hommes en bénéficient dans les mêmes conditions.

Appliquer l'obligation de revalorisation salariale des femmes au retour de congé maternité dans le privé quelle que soit la taille de l'entreprise.

- facile

Bonnes pratiques

🚲 Iddigo, Altinnova, La Manufacture française du Cycle, Arcade Cycles, Vélorizons, Les Boîtes à vélo, Cykleo, Le Syndicat nationale des moniteurs cyclistes français et le CEREMA ont une grille de salaire pour pallier les écarts de rémunération.

🚲 Arcade Cycles applique la revalorisation salariale au retour de congés maternité.

🚲 Vélorizons partage son bilan comptable aux équipes.

🚲 Le CEREMA présente les 25 plus hauts et bas salaires (de manière anonyme, mais genrée), lors du comité de suivi du plan égalité.

Des exemples de recommandations spécifiques au niveau des branches

Production

- **Sensibiliser les femmes étudiantes** des écoles d'ingénierie et de design sur les opportunités métiers dans la conception et la production des vélos.
- **Former les hommes** qui occupent des postes à la conception et au design à l'intégration des enjeux d'égalité professionnelle dans leur métier
- **Former sur les représentations stéréotypées** des métiers dits "techniques"
- **Favoriser les mobilités internes** des femmes vers des métiers techniques à l'aide de formations internes.
- **Continuer d'investir dans l'ergonomie** des postes dits "techniques" ou "physiques"

Distribution

- **Adapter le mobilier, le matériel et les tenues vestimentaires** en magasin pour que toutes et tous puissent travailler dans les meilleures conditions
- **Former les professionnelles/ professionnels de la vente** à l'accueil client bienveillant et non stéréotypé en magasin

Bonnes pratiques

-  **Arcade Cycles** a installé récemment une ligne de montage aérienne qui permet d'alléger la descente de leurs vélos.
-  **La Manufacture du cycle** a investi dans la robotique pour aider au portage du vélo en fin de chaîne.
-  **Altinnova, Manufacture du Cycle et Arcade cycles** participent à des actions de promotion sur la mixité des métiers, impulsées par le **syndicat de l'Industrie (UIMM)** en intervenant dans des lycées, en organisant des visites d'entreprise et en accueillant des stagiaires.
-  C'est également le cas de **Moustache Bikes** qui, dans le cadre de la **Semaine de l'industrie**, et avec la DGE, a ouvert les portes de son usine à des étudiantes de filière industrielle : urlr.me/msTWgZ

- **Prioriser le recrutement des femmes à des postes techniques** ou avec une dimension technique comme la mécanique ou la distribution BtoB

- **Se rapprocher d'un organisme de formation** qui forme des femmes à des métiers techniques pour élargir le vivier de candidates

Service → focus formation

- **Former les équipes pédagogiques à la pédagogie inclusive** (prévention du sexisme, supports pédagogiques avec des visuels de femmes, posture exemplaire des formateurs/formatrices...)
- **Prioriser le recrutement des femmes formatrices** dans les équipes pédagogiques des organismes de formations
- **Réserver des places de candidatures pour les femmes** dans les formations techniques (mécanique, moniteurs / monitrices...) pour obtenir des cohortes de stagiaires mixtes

Bonnes pratiques

 Le syndicat national des **moniteurs cyclistes français** (MCF) a retravaillé ses supports pédagogiques de manière plus inclusive en présentant des dessins de femmes, d'hommes et de minorités de genre dans ses carnets d'apprentissage

Aménagement

- **Former les professionnelles/professionnels des aménagements cyclables** à l'égalité femmes-hommes dans la conception des services et des infrastructures.
- **Former les cabinets de conseils** à l'articulation de la vie professionnelle et personnelle et à la prévention des risques psycho-sociaux sur les postes de consultantes/consultants.
- **Prioriser le recrutement à des postes où les femmes sont moins présentes** (ingénierie, maîtrise d'oeuvre, travaux publics).

Transport à vélo

- **Mettre en place des formations internes** de conduite de vélos cargos pour faciliter leur prise en main (notamment par les femmes moins familières à la conduite de ces vélos).
- **Mettre en place un congé menstruel** et/ou endométriose pour palier la réalité du métier (activité physique et en extérieur).
- **Prévoir des vestiaires séparés** pour les femmes et les hommes.
- **Proposer des vélos porteurs et des équipements adaptés** aux différentes morphologies des cyclologisticiennes et cyclologistiens.

Bonnes pratiques

 **Les Cargonautes** ont mis en place un congé menstruel pour satisfaire le besoin spécifique des personnes menstruées.

Sport/loisirs/tourisme

↳ DANS LE SPORT CYCLISTE

- **Valoriser les femmes sportives professionnelles** pour donner envie à d'autres femmes de rejoindre les équipes (réseau d'ambassadrices, visibilité dans les médias...)
- Former les professionnels/professionnelles sur la **prévention des violences sexistes et sexuelles dans le sport**
- Prioriser le recrutement de **femmes entraîneuses et staff**

↳ DANS LES ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS ET SALONS

- **Intégrer plus de visuels de femmes** dans les communications des événements
- S'assurer qu'au moins **50% de femmes sont présentes aux tables rondes, lors des prises de parole, etc.**
- **Organiser des actions spécifiques** qui visibilisent les femmes pendant les événements

↳ DANS LE TOURISME À VÉLO

- **Valoriser les professionnelles qui travaillent déjà dans des métiers techniques** (témoignages, tables rondes, visuels sur le site internet...).
- **Prioriser la formation et le recrutement des femmes** à des postes où elles sont le moins représentées (monitrices, guides à vélo, logisticiennes).

Bonnes pratiques

-  **La fédération française de cyclisme (FFC)** développe le programme "Elles arrivent" qui permet à des jeunes cyclistes françaises de découvrir l'univers professionnel des championnes du Tour de France.
-  **La fédération française de cyclisme (FFC)** a un dispositif de prévention des violences avec des personnes référentes

Bonnes pratiques

-  **La filière vélo** a organisé le premier **petit déjeuner Pro Elles**, pour visibiliser des femmes professionnelles du vélo, lors du **Salon Pro Days 2025**

Des inspirations européennes

À l'échelle européenne, plusieurs initiatives montrent que la question de la place des femmes dans la filière vélo est déjà bien engagée. **Le réseau Women in Cycling** joue un rôle moteur en organisant du networking et des temps de visibilité pour les professionnelles, notamment lors d'événements majeurs comme **Eurobike**. Parallèlement, des travaux de fond se développent : une **étude anglaise** analyse la place des femmes dans la pratique et les métiers liés au VTT, tandis qu'une **étude allemande** menée à l'initiative de Women in Cycling, explore le rôle et la représentation des femmes dans l'ensemble de la filière. Ces actions témoignent d'une **dynamique européenne forte** pour encourager davantage de femmes à rejoindre et façonner les métiers du vélo.

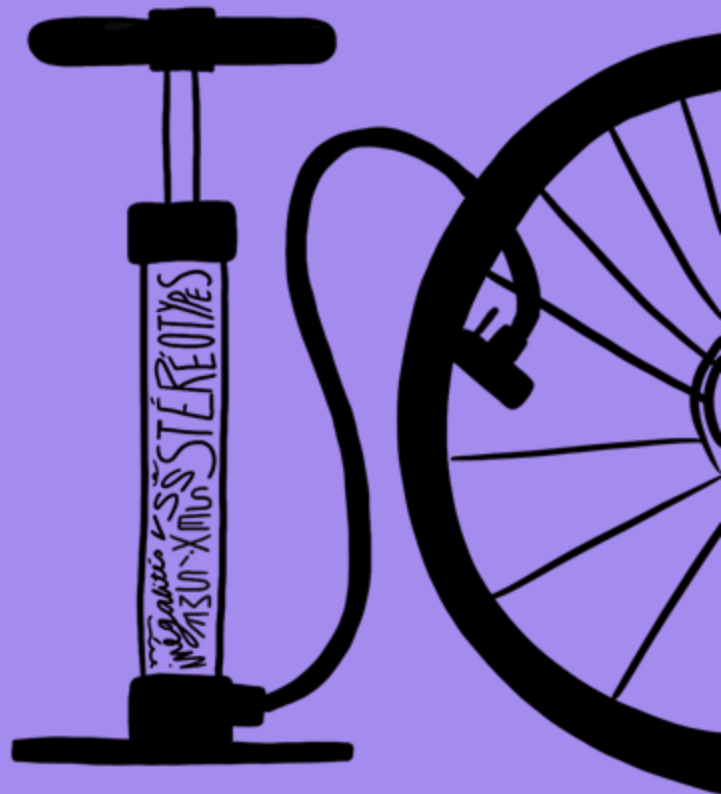
Faire son autodiagnostic

Identifier ses points forts et ses points d'amélioration est un bon **point de départ** avant de mettre en place une action.

Par exemple, le **Cyclescore**, premier label consacré aux vélos durables et responsables comporte un **indicateur consacré à l'égalité dans l'industrie** : c'est **le premier score à intégrer une liste d'actions** montrant comment les enjeux d'égalité peuvent se traduire concrètement dans le monde de la production.

La *check-list* proposée ici, est un outil simple et pragmatique pour évaluer l'implication en termes d'égalité professionnelle femmes-hommes au sein de son organisation.

Elle consiste à **lister un certain nombre de questions sur les actions et les pratiques qui sont déjà mises en place et d'identifier les axes d'amélioration**. Les questions doivent être précises et spécifiques. Elles s'appuient sur les données chiffrées et sur les pratiques RH et managériales des organisations. C'est un outil rapide, simple et efficace qui sera un bon moyen pour convaincre la direction d'agir et engager l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices. C'est aussi un véritable **atout pour attirer les femmes dans son organisation**.



Les 20 questions de l'autodiagnostic

MESURER : objectiver les inégalités femmes-hommes

- 1 Connaissez-vous la part de femmes dans votre structure ?
- 2 Savez-vous combien de femmes avez-vous recruté depuis un an ?
- 3 Savez-vous combien de femmes ont un poste à responsabilité dans votre structure ?
- 4 Accordez-vous autant de temps partiels aux femmes et aux hommes ?
- 5 Existe-t-il une surveillance sur les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes ?

COMPRENDRE : se former sur les inégalités femmes-hommes

- 6 Connaissez-vous le cadre légal de l'égalité professionnelle ?
- 7 Utilisez-vous des visuels de femmes dans vos communications ?
- 8 Encouragez-vous les femmes à la formation et à l'évolution de leur carrière ?
- 9 Les équipes RH ont-elles été formées il y a moins de 5 ans à la lutte contre les discriminations ?
- 10 Les personnes employées sont-elles formées à la prévention sur les violences sexistes et sexuelles ? Les équipes de direction sont-elles formées à la prévention des violences sexistes et sexuelles et au harcèlement moral ?
- 11 Collaborez-vous avec des structures expertes sur l'égalité professionnelle ?

AGIR : mettre en place des actions de terrain

- 12 Vos offres de recrutement sont-elles inclusives (dans les visuels, dans le langage utilisé) ?
- 13 Réservez-vous des places à des candidatures de femmes pour des postes dits "techniques" ?
- 14 Avez-vous des actions de mentorat ou de tutorat pour les femmes nouvellement arrivées ?
- 15 Avez-vous fait des actions auprès des structures de formation (lycée, stage, universités) pour présenter votre métier à des jeunes femmes ?
- 16 Réalisez-vous des revalorisations salariales au retour de congé maternité ?
- 17 Mettez-vous en place des actions pour encourager les congés paternité ?
- 18 Avez-vous des jours de "rentrée scolaire des enfants" ? ou "enfants malades" ?
- 19 Avez-vous des affichages pour prévenir les violences sexistes et sexuelles ?
- 20 Avez-vous une cellule de signalement / un contact privilégié vers qui se diriger en cas de situation de violences sexiste et sexuelle ?

30% : l'objectif de femmes à atteindre dans la filière vélo en 2035

A la suite de cette étude, la filière France Vélo s'engage pour l'égalité dans le monde du vélo.
Elle prend les engagements suivants avec ses partenaires :

→ **Se compter pour compter :**

suivre le taux de féminisation par branche et activité tous les deux ans, à l'occasion de la mise à jour de l'enquête.

→ **Se fixer l'objectif d'atteindre le taux global de 30% de femmes en 2035**, avec un objectif par branche de + 1% par an (évalué tous les deux ans).

→ **Valoriser le mentorat** mis en place par l'Association les Femmes à Vélo

→ **Diffuser le questionnaire d'autodiagnostic** auprès de toutes les structures de la filière

→ **Poursuivre et étendre les petits-déjeuners** entre professionnelles, notamment grâce au soutien du salon VéloProDays

→ **S'engager à ne pas participer à des tables rondes ou des panels** sans femmes #jamaissanselles

→ **Créer et accompagner le réseau** d'ambassadrices/ambassadeurs pour sensibiliser, comprendre et agir.

Méthodologie de l'étude

Données quantitatives produites à partir de **données agrégées**, collectées au niveau des organisations par la filière vélo et **interprétées par deux chercheurs statisticiens experts et experts des inégalités au travail**.

Production des données chiffrées

→ à partir du **nombre d'ETP femmes-hommes fournis pour 6 branches, 12 familles et 48 activités** du secteur vélo

Enquête terrain

→ 4 entretiens collectifs - 15 organisations du vélo interrogées
→ 1 entretien collectif - 6 femmes professionnelles
→ en visio - 1h30 par entretien - et des questionnaires en ligne pour compléter les entretiens

Plusieurs veilles

ont été réalisées pour **enrichir l'analyse qualitative**.

Veille

→ **visibilité des femmes** dans les instances de gouvernance et les médias
→ **bonnes pratiques européennes** dans le secteur du vélo
→ **bonnes pratiques** dans les secteurs du numérique et de l'industrie

Analyse, recommandation et outils

→ **Chiffres et notions clefs**
→ **Boîte à outils pour agir**
→ Outils pour **monitorer son impact**

Les données qualitatives ont été produites à partir d'**entretiens collectifs avec des organisations** dans le vélo et **des femmes professionnelles du secteur**.

Sur la base de ce travail d'analyse approfondie, des **recommandations concrètes, simples et actionnables** ont été produites pour **accompagner les organisations dans leur démarche d'égalité**.



