

les
nouvelles / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE

JEUDI 29 MARS 2012



www.lesnouvellesnews.fr



Un colloque organisé par

les
nouvelles / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



Isabelle GERMAIN

directrice de la publication
et fondatrice des *nouvelles NEWS*

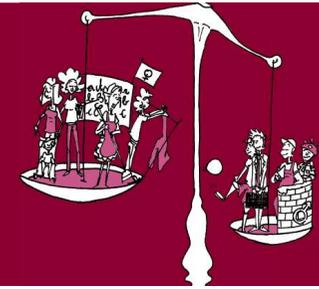
JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

Un colloque organisé par

les
nouvelles /
NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



Foucauld LESTIENNE

directeur délégué des ressources humaines
et des relations sociales,
Groupe La Poste

JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

Un colloque organisé par

les
nouvelles /
NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



Table ronde 1

Introduction en chiffres

Richesses au masculin, richesses au féminin

JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

Un colloque organisé par

les
nouvelles /
NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE

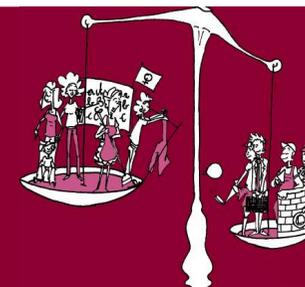


Table ronde 1

Introduction en chiffres

Richesses au masculin, richesses au féminin

débat animé par **David ABIKER**, *journaliste et chroniqueur*

avec

Vincent CESPEDES, philosophe, essayiste, romancier et compositeur

François FATOUX, délégué général de l'ORSE

Isabelle GUEGUEN, cofondatrice de Perfégal, élue chargée de l'égalité femme/homme à Quimper

Delphine ROY, chargée d'études à l'INSEE

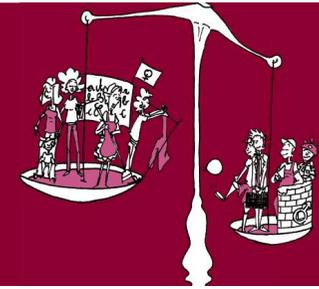
JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

Un colloque organisé par

les
nouvelles / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



David ABIKER

journaliste, chroniqueur

JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

Ne pas confondre
le sexe de l'économie
avec **le sexe**
de l'économiste.

HPSTM 269

HPSTM



269

HPSTM 269

Cette semaine, les économistes mâles en Point.

HPSTM 269

HPSTM 269



269

HPSTM 269

L'économie vue à la télé.

HPSTM 269

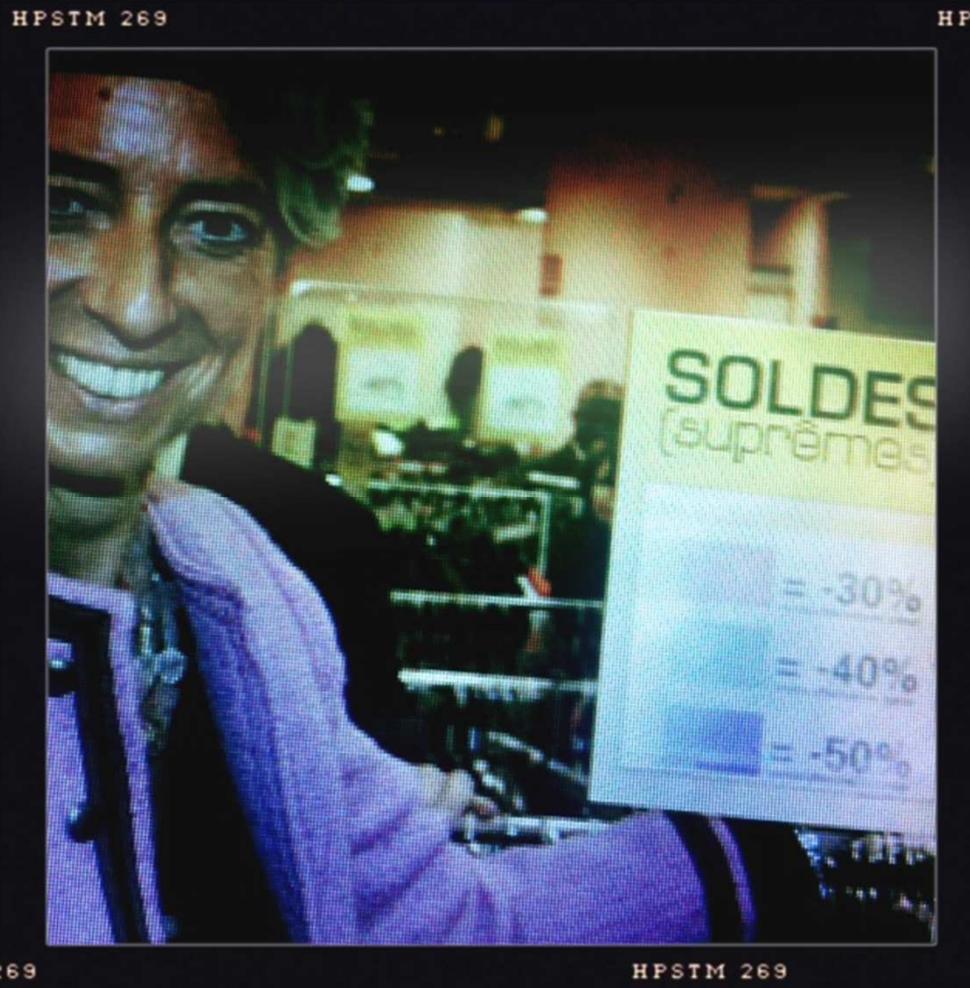
HPSTM



269

HPSTM 269

**Le panier
de la ménagère
contre
le produit intérieur
de la brute.**



**Investissements...
Construisons
des stades de foot,
les femmes
supportent
faute d'adorer.**

HPSTM 269

HPSTM



269

HPSTM 269

Voici une tâche...
ménagère.

HPSTM 269



269

HPSTM 269

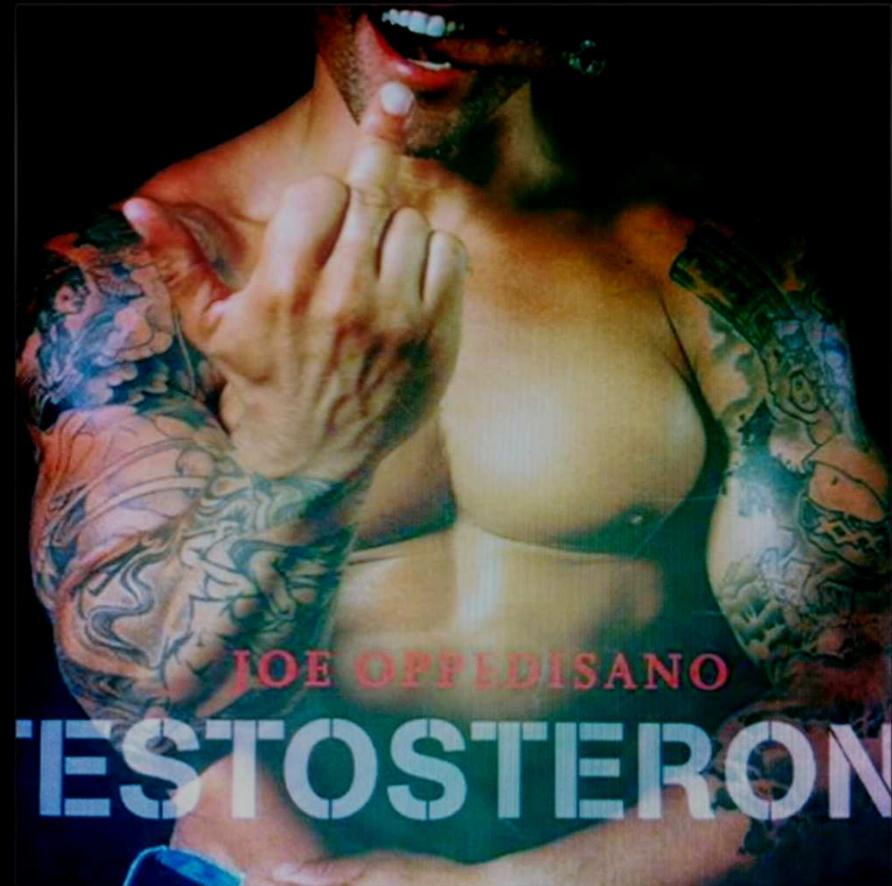
**Parentalité
au **boulot**,
sujet entre
parenthèse**



**Attention !
Projections
micro-économiques
sur les murs
du bureau.**

HPSTM 269

HPSTM 269



269

HPSTM 269

Un colloque organisé par

les
nouvelles / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



Delphine ROY

chargée d'études à l'INSEE

JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

La production domestique des ménages, une richesse invisible ?



1 - PIB ET PRODUCTION DOMESTIQUE

1- PIB et production domestique

Le **Produit Intérieur Brut**

- Compter la richesse produite sur une période, sur un territoire
- Sert surtout à faire des comparaisons
 - dans le temps : croissance
 - dans l'espace : PIB/habitant

Suppose de **définir la production**

- La « frontière de la production » ne va pas de soi
- En particulier pour la production des ménages

La production domestique est largement exclue

Les **biens** produits par les ménages pour eux-mêmes sont inclus

- Produits agricoles → « autoconsommation »

Pas les services (*sauf le logement pour les propriétaires-occupants*)

- Repasser son linge, tondre sa pelouse, garder ses enfants...

Pourquoi ?

- Pas de raison conceptuelle, des obstacles pratiques
- Kuznets: *National Income* (1934) « *It was considered best to omit this large group of services from national income, especially since no reliable basis is available for estimating their value.* »

Conséquences de cette exclusion

Surestime la croissance

- Si on recourt au marché pour des services auparavant produits à la maison
→ on se met à les compter dans le PIB, alors que ce n'est pas de la richesse nouvelle = on surestime la croissance

Fausse les comparaisons entre pays

- Les pays où tout est acheté (ex: États-Unis) ont un PIB/hab supérieur à ceux où tout est « fait à la maison » (ex: Italie). Mais un bien-être supérieur ?
→ Alesina et Ichino : inclure la valeur du travail domestique fait passer le PIB par hab. italien de 56% à 79% de celui des États-Unis

Sous-estime la part des femmes dans la création de richesse

2 - QUI REALISE LE TRAVAIL DOMESTIQUE ?

Les femmes : 2/3 à 3/4 du travail domestique

Le « cœur » du travail domestique

Repas, vaisselle, lessive, ménage, repassage, rangement, soins matériels aux enfants et aux personnes dépendantes...

15h30 / semaine

38 milliards d'heures / an
= 100% du temps de travail rémunéré

77% réalisé par les femmes

En incluant les 'semi-loisirs'

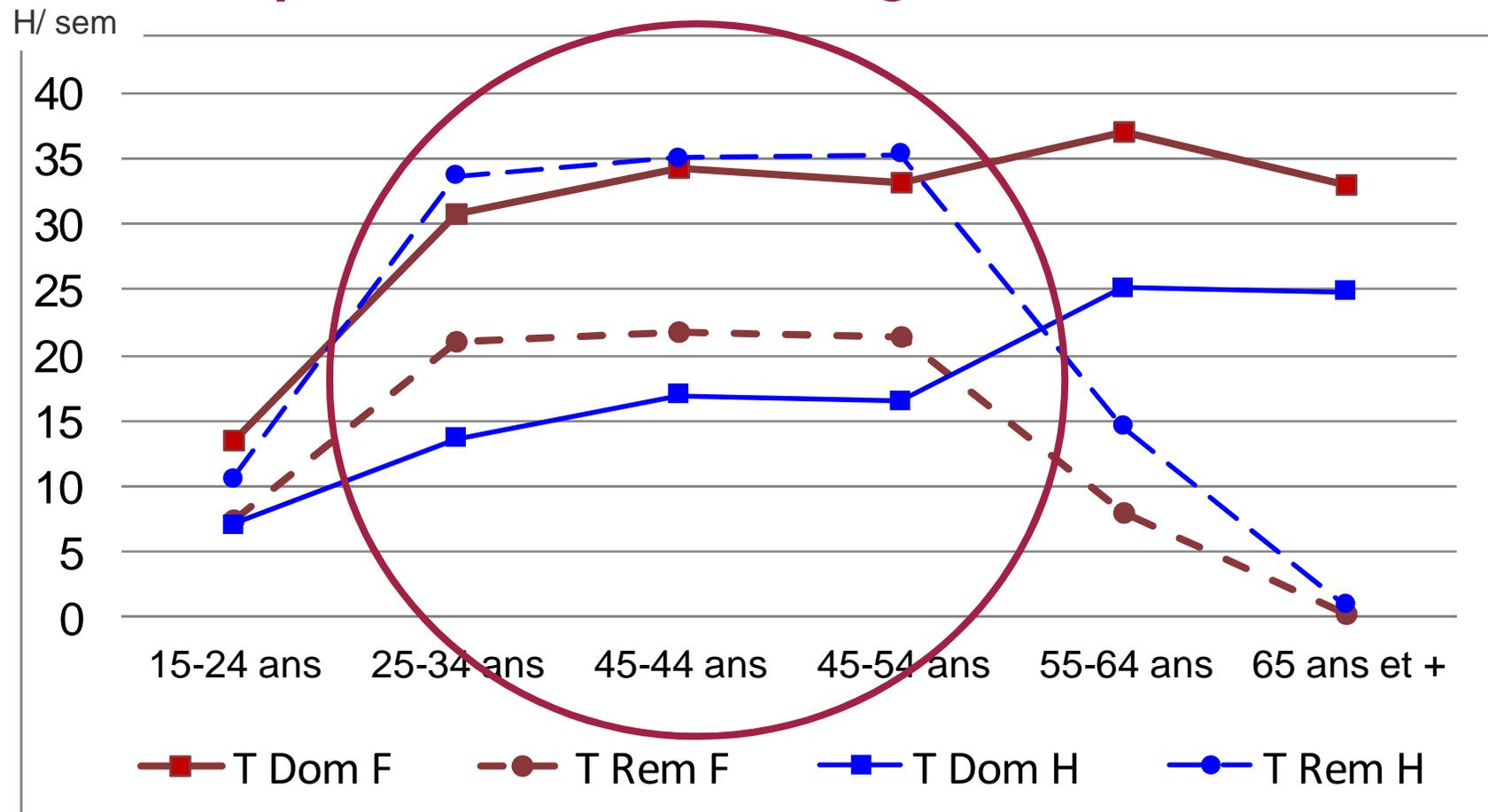
← Tout cela
+ courses et shopping, bricolage, jardinage, couture, chasse et pêche, jeux avec enfants

24h / semaine

59 milliards d'heures / an
= 155% du temps de travail rémunéré

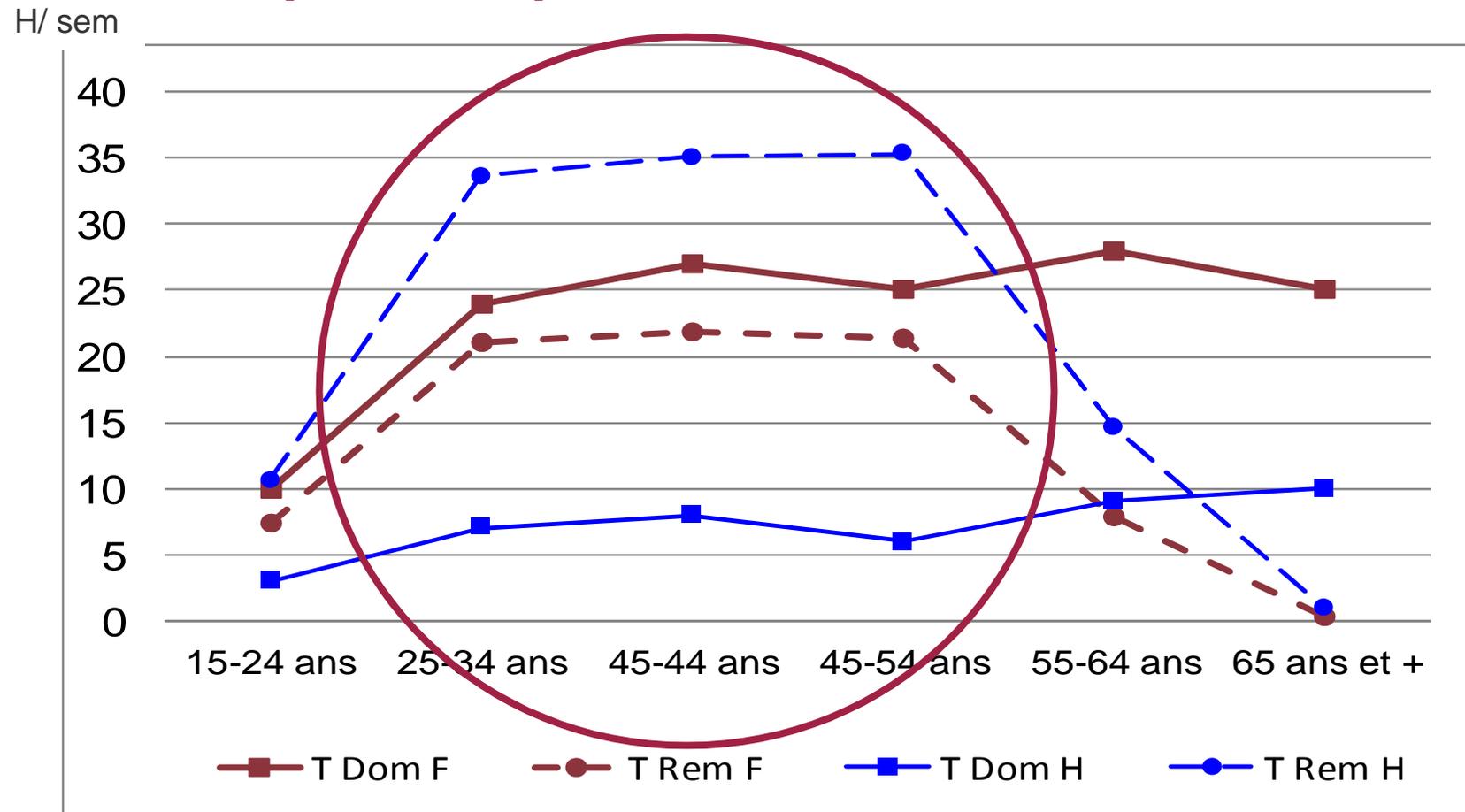
64% réalisé par les femmes

Un temps de travail total égal...



Le travail total (domestique + rémunéré) est presque égal en moyenne pour H et F aux âges médians, si l'on inclut les « semi-loisirs »...

... ou supérieur pour les femmes



... mais cette quasi égalité n'est plus vraie avec la définition la plus stricte (excluant les « semi-loisirs »)

3 - COMBIEN VAUT LE TRAVAIL DOMESTIQUE ?

Au moins 17% du PIB

Valorisation au SMIC brut

Idée d'un « substitut généraliste »

= Plutôt une **borne inférieure**

Si on utilise les salaires des « substituts spécialisés » (nounou, plombier, répétiteur, cuisinier, comptable, couturier...), on obtient un chiffre plus élevé

Chiffres de 1998 :

	Valeur en milliards de francs courants, valorisation au SMIC brut	En % de la masse salariale	En % du PIB
Trav dom total, def extensive	3 100, 27	95,93	35,71
Trav dom total, def médiane	2 343, 59	72,52	26,99
Trav dom total, def restreinte	1 519, 40	47,01	17,50

Source : enquête Emploi du Temps 1998 et Comptabilité Nationale (résultats 1998, base 2000)

Conclusion

Quantification du seul **travail domestique**

= seulement une partie de la production domestique

Reste que temps passé - au moins autant que le travail rémunéré - et richesse produite - même en valorisant le temps au SMIC - sont considérables

Comment les rendre visibles? Idée récurrente d'un
« **compte satellite des ménages** »

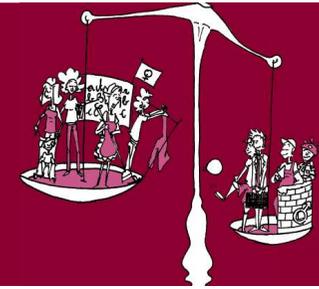
+ Prochainement, chiffres actualisés avec les données de l'enquête
Emploi du Temps de 2010

...Mais les ordres de grandeur sont très stables dans le temps

Un colloque organisé par

les
nouvelles /
NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



Isabelle GUEGUEN

cofondatrice de Perfégal,
élue chargée de l'égalité femme/homme à Quimper

JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

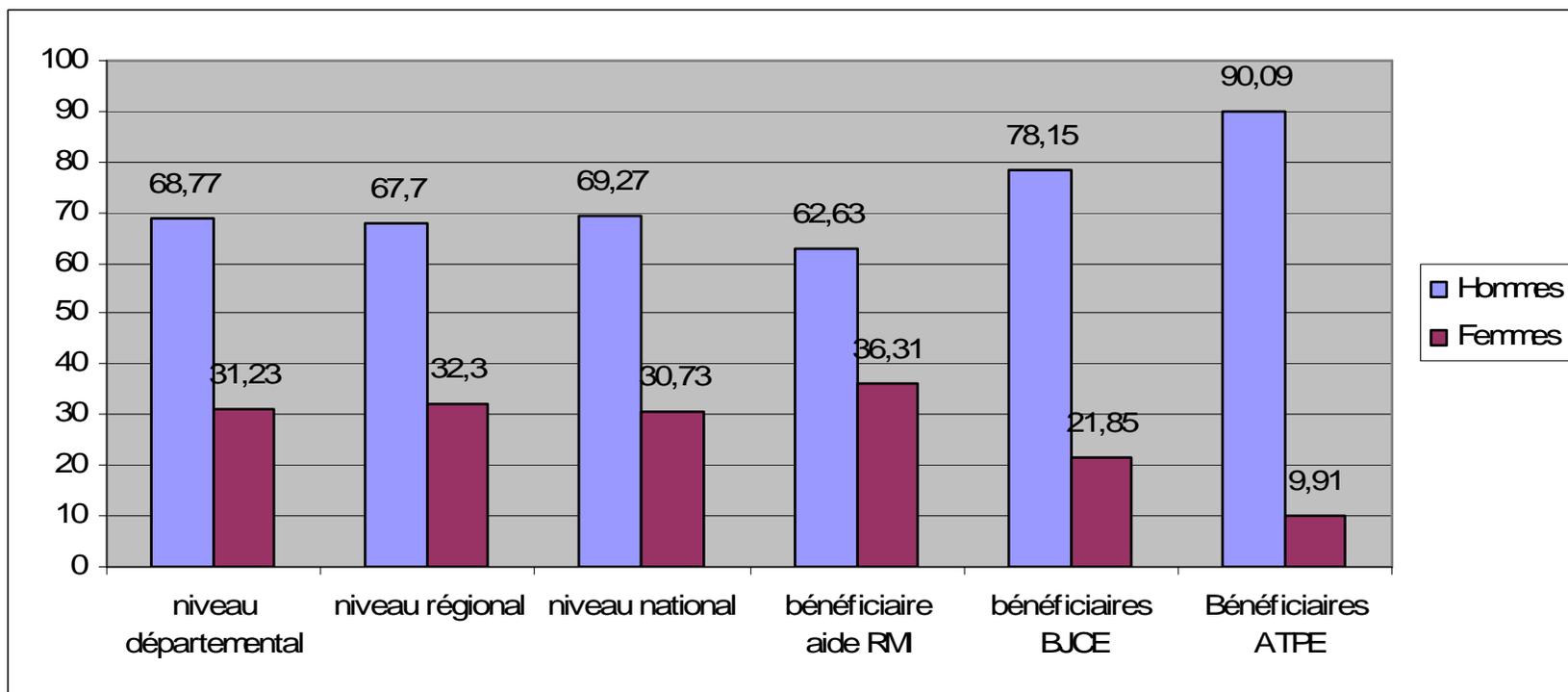
Etude de cas : aides économiques

Etude réalisée en 2005 sur deux politiques d'aide à la création d'entreprise et à la création d'emploi d'un Conseil général du Finistère:

- **La bourse aux jeunes créateurs**
- **L'aide aux très petites entreprises**
- **L'aide à la création d'entreprise pour les bénéficiaires du RMI**

Le constat est le suivant :

L'impact sexué des aides



Des critères indirectement discriminants

- Le secteur d'activité des entreprises
- L'âge pour la BJC
- La création d'emplois dit « masculins »

En aurait-il été de même si le contexte sexué de la création d'entreprise avait été analysé avant la mise en œuvre de l'aide ?

Les pistes d'action

Pour la Bourse aux Jeunes Créateurs d'Entreprise :

- **étendre l'âge limite d'attribution de l'aide à 35 ans pour les femmes pour réduire l'effet de la maternité.** Cette proposition a été retenue : au terme de 30 mois (de mi 2007 à fin 2009), le rapport est de 52% (hommes) et 48 % (femmes)

Pour l'Aide aux Très Petites Entreprises :

- **sur-prime** qui serait versée aux entreprises embauchant une femme sur un emploi dit « masculin »

De manière générale,

- ne pourrait-on pas imaginer **d'ouvrir ces 2 aides publiques à certains secteurs plus féminisés** en prenant en compte des critères de **valeur ajoutée sociale** ?

Remarque: les femmes représentent 47,5% des créateurs dans les secteurs des services aux particuliers et de l'éducation, la santé, l'action sociale

Un colloque organisé par

les
nouvelles / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



Vincent CESPEDES

philosophe, essayiste,
romancier et compositeur

JEUDI 29 MARS 2012

www.lesnouvellesnews.fr

Un colloque organisé par

les **nouvelles** / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE



EN PARTENARIAT AVEC



LE GROUPE LA POSTE

accenture
High performance. Delivered.

PSA PEUGEOT CITROËN



Laboratoire
de l'Égalité

OBSERVATOIRE
DE LA PARENTALITÉ
EN ENTREPRISE

ims
Entreprendre pour la Cité

ORSE
Observatoire sur la Responsabilité Sociale des Entreprises

PRESAGE
Programme de Recherche et d'Enseignement
des Savoirs sur le Genre

CNI-DF
Centre national d'information
sur les droits des femmes
et des familles

Grandes Ecoles au Féminin

les
nouvelles / NEWS / l'autre genre d'info /

LE DEUXIEME SEXE DE L'ECONOMIE

JEUDI 29 MARS 2012



www.lesnouvellesnews.fr