




Les stéréotypes sur les personnes handicapées

 Pour la première fois en France, IMS-Entreprendre pour la Cité a mené, avec trois laboratoires de psychologie sociale¹, une étude pour identifier les stéréotypes de plus de 400 managers sur les personnes handicapées. Alstom, Areva, CNP Assurances et L'Oréal ont ouvert leurs portes à l'IMS pour mesurer scientifiquement ces stéréotypes et l'impact des actions menées par les entreprises pour les déconstruire.

Cette étude prouve que seul l'engagement proactif de l'entreprise en faveur d'une meilleure intégration des personnes handicapées permet de faire évoluer les stéréotypes sur le handicap. En apportant aux managers une réelle connaissance des personnes handicapées dans l'emploi et de leur situation (ils ne sont que 17% à connaître l'obligation légale de 6%) et en menant des actions de sensibilisation adaptées (au moins deux par manager), les stéréotypes des managers sont nettement positifs.

Ce programme se base sur la réalisation de diagnostics menés chez Alstom, Areva, CNP Assurances et L'Oréal. Ces diagnostics ont utilisé une nouvelle méthodologie construite à partir d'expérimentations menées en psychologie sociale.

1. Université de Picardie Jules Verne (Patrick Scharnitzky, Docteur en psychologie sociale), Université Catholique de Louvain (Ginette Herman, Présidente du CIRTES), Faculté de médecine de Namur (Michel Mercier, Directeur du département)

◆ Les managers ont une perception caricaturale du handicap et des personnes handicapées

Les managers ont une image faussée des personnes handicapées. **Ils surestiment le taux de personnes lourdement handicapées**, en évaluant par exemple à 12% le nombre de personnes handicapées en chaise roulante, alors que ce taux se situe à 2%.

Ils ne perçoivent pas la multiplicité des handicaps et ont une vision du handicap plus lourde et plus grave, soit plus difficile à gérer, qu'il l'est en réalité, puisque 80% des handicaps sont, dans les faits, invisibles. Ils surestiment ainsi le handicap sensoriel (auditif et visuel) et psychique, en donnant un taux de 27,5%, alors que le taux réel est de 16%. En revanche, ils sous-estiment les handicaps consécutifs à une maladie invalidante, en situant le taux à 7% alors qu'il est de 23% dans la réalité.

Les managers méconnaissent tout particulièrement la situation des personnes handicapées dans l'emploi. **Seuls 17% des managers interrogés savent que l'obligation légale d'embauche est de l'ordre de 6%**. Ils ne sont également que peu conscients du niveau de formation des personnes handicapées, estimant le taux de personnes handicapées ayant un niveau BAC+3 à 10% (soit un niveau identique à celui de la population en général), alors que seul 1,8% des personnes handicapées atteignent ce niveau de formation. Pas conséquent, les managers ne perçoivent pas l'intérêt de mettre en place des actions spécifiques pour le recrutement de personnes handicapées.

D'après les résultats, **les personnes dépressives sont les moins bien jugées dans la sphère professionnelle**. Selon les managers, elles poseraient des problèmes de communication dans les équipes de travail, auraient un rendement plus faible et ne seraient pas bien acceptées par leurs collègues. Ce résultat traduit un manque : l'entreprise gagnerait à parler explicitement du sujet, en couplant la dépression à une situation de handicap psychique qui nécessite un accompagnement spécifique.

◆ Les managers ont des stéréotypes ambivalents sur les personnes handicapées : elles sont « courageuses » mais « improductives »

Les managers interrogés jugent que les personnes handicapées sont courageuses (33% des évocations libres) - on leur reconnaît de la volonté, de la détermination et de la chaleur humaine – **mais... surtout hors des murs de l'entreprise ! 24% des évocations libres renvoient** à leur fragilité, à leur inadaptation, à leur lenteur, soit à **leur incompétence**.

Autrement dit, les personnes handicapées génèrent, chez les managers, de l'empathie, mais **ces stéréotypes positifs portent sur une dimension affective, non reliée à l'emploi**. Les personnes handicapées sont donc perçues, dans le champ de l'entreprise, comme ralentissant l'activité, entravant la réalisation des objectifs imposés aux

managers.

◆ **Le handicap est globalement perçu de façon misérabiliste par les managers**

Lorsque l'on interroge les managers sur ce que leur évoque le handicap, près de la moitié (49%) des évocations données sont des termes qu'ils jugent négatifs (seuls 30% des termes associés au handicap sont positifs et 21% neutres).

Les personnes handicapées sont le plus souvent perçues comme des « victimes » de la Société, sous un angle affectif et misérabiliste. Soit très loin du champ de l'emploi, de la productivité et des enjeux business !

Cette perception constitue un frein à l'emploi car les salariés auront tendance à assimiler la démarche handicap à une démarche « bonne oeuvre, caritative ». Ils auront par conséquent plus de difficultés à reconnaître l'employabilité des personnes handicapées, à envisager leur recrutement et leur évolution comme uniquement axés sur des compétences.

◆ **Plus les managers sont diplômés, plus le stéréotype est fort**

Il ressort de l'étude que **les managers les plus diplômés perçoivent davantage les personnes handicapées comme un groupe homogène**. En ayant une vision distanciée du « groupe » des personnes handicapées (**sans perception des différences entre les personnes de ce groupe**), ils s'identifient moins aux personnes handicapées que ne le font les moins diplômés.

Cette conclusion vient contredire la croyance communément acceptée selon laquelle plus un individu est diplômé, plus il est ouvert ou moins sujet à catégoriser. Au contraire, **du fait de son niveau de formation, la direction semble être la partie de l'entreprise à avoir les stéréotypes les plus forts**. C'est à ce niveau que la sensibilisation doit se jouer.

◆ **Plus les managers perçoivent l'engagement de l'entreprise et plus ils ont une image positive du handicap.**

Les managers qui perçoivent que leur entreprise est engagée en faveur de la diversité ont des stéréotypes plus positifs sur les personnes handicapées que les autres. L'étude a en effet pointé la relation entre une stratégie de communication donnant à voir l'hétérogénéité des personnes handicapées et des stéréotypes amoindris et positivés. En effet, quand le groupe des personnes handicapées est perçu de manière diverse et moins homogène, les croyances concernant les caractéristiques des personnes handicapées ne peuvent pas s'appliquer à tous les membres de ce groupe et le stéréotype est affaibli.

Attention, **les conclusions de l'étude tendent également à démontrer qu'il existe un seuil de saturation, au-dessus duquel les managers, lassés, développent des sentiments de rejet**. Une communication trop ciblée par public peut par exemple

engendrer des stéréotypes négatifs envers les personnes handicapées. Elles sont alors à nouveau perçues comme un groupe homogène.

L'étude n'a pas permis de définir de manière précise ce seuil de saturation. Cependant, les entreprises peuvent régulièrement mesurer la perception qu'ont les salariés du handicap et des personnes handicapées, afin d'évaluer l'impact de la communication mise en place et de la réajuster, le cas échéant, pour éviter d'arriver au seuil contre-productif.

◆ **Seul le contact professionnel influe sur le stéréotype.**

Côtoyer dans son quotidien professionnel des personnes handicapées influe positivement sur le stéréotype. Plus la fréquence des contacts professionnels augmente et plus la représentation sociale du handicap devient significativement positive. Les managers ne côtoyant aucune personne handicapée sur leur lieu de travail n'ont que 24% d'évocations positives sur le handicap, alors que ce taux passe à 32% pour les managers encadrant des personnes handicapées dans leur équipe. Ceux qui participent au recrutement de personnes handicapées ont également des stéréotypes plus positifs que ceux qui n'y participent pas (47% d'évocations négatives pour les uns, contre 54% pour les autres).

Et même si les managers n'ont pas directement de personnes handicapées dans leur équipe, le simple fait de savoir qu'il y en a dans l'entreprise a un impact positif sur le stéréotype. En effet, le fait de connaître des personnes handicapées dans l'entreprise va favoriser une perception hétérogène du groupe « personnes handicapées » et donc avoir un effet positif sur le stéréotype.

Contrairement aux idées reçues, le fait de connaître et d'avoir dans son entourage personnel des personnes handicapées n'affecte pas l'image du handicap et des personnes handicapées. Tout fonctionne comme si les managers compartimentaient vie privée et vie professionnelle. Le handicap génère une forte empathie dans le cercle privé, qui semble incompatible, dans la perception des managers interrogés, avec les enjeux de l'entreprise (performance, productivité...).

◆ **Plus les managers s'identifient aux personnes handicapées, plus leurs stéréotypes sont positifs**

Plus les salariés s'identifient et se sentent concernés par le handicap, plus leurs représentations et stéréotypes seront positifs. Le stéréotype se fonde en effet toujours sur les points de ressemblance entre les membres d'un groupe. **Or, l'étude démontre que les managers s'identifient moins aux salariés handicapés de leur entreprise qu'aux autres salariés de leur société.**

Les managers perçoivent de manière assez similaire les salariés handicapés de leur entreprise et les personnes handicapées en général (2,91 vs 3,16, sur une échelle de 9). Mais l'écart se creuse (3,16 vs 4,15) en ce qui concerne le degré de ressemblance entre les salariés handicapés et des salariés de leur entreprise. **La plus faible perception du**

degré de ressemblance entre les salariés de l'entreprise et les personnes handicapées salariées semble indiquer qu'ils sont moins perçus comme faisant partie intégrante de l'entreprise, moins intégrés dans «le moule».

Par conséquent, **une culture forte d'entreprise constitue un levier important** pour positiver la représentation du handicap et favoriser une meilleure intégration des salariés dans l'entreprise, **à la condition que cette culture s'appuie sur des valeurs humaines et respecte et valorise les différences de chacun.**

◆ **Les entreprises peuvent faire évoluer les stéréotypes sur les personnes handicapées, en utilisant les outils de sensibilisation adéquats**

Les résultats de l'étude révèlent (après avoir exclu de la base de données les managers n'ayant suivi aucune sensibilisation et formation) que les actions de sensibilisation n'ont pas d'effet quand elles sont rares et/ou trop espacées. Cependant, **à partir d'un certain seuil, qui semble être aux alentours de deux actions, on observe que le stéréotype devient plus positif. L'effet s'estompe ensuite progressivement avant de stagner à un palier où la sensibilisation n'a plus d'impact.**

En outre, **la sensibilisation a plus d'impact sur le stéréotype quand elle est centrée sur la rencontre.** En effet, la rencontre, directe et indirecte, permet d'interagir, de se découvrir et de déconstruire toutes sortes d'idées reçues sur l'autre. Aussi constate-t-on rapidement que l'autre ne correspond pas à l'image que l'on s'en fait et qu'il est possible de s'identifier à lui.

Les entreprises étudiées ont toutes mis en place différentes actions en faveur de l'emploi des personnes handicapées, mais **les managers sont peu nombreux à connaître et à participer à ces actions de sensibilisation.** Sur plus de 400 managers : environ 28% ont participé à un atelier de sensibilisation au handicap, 14% à un tutorat ou à l'accueil de stagiaires handicapés, 9% à un forum emploi sur le handicap, et seulement 4% à une formation sur le management du handicap.

Des chiffres d'autant plus problématiques que le volontariat ne fonctionne pas dans le domaine du handicap, du fait de son image négative. En effet, sur les 68% de managers qui ont eu connaissance de l'accord handicap conclu par leur entreprise, seul la moitié l'a lu. Autre exemple symptomatique : sur les 36% qui ont eu connaissance du guide pratique réalisé par leur entreprise, à peine la moitié l'a consulté.



IMS-Entreprendre pour la Cité

Créée en 1986, **IMS-Entreprendre pour la Cité** regroupe 230 entreprises engagées dans des démarches de Responsabilité Sociétale.

Centre d'échanges, d'innovation et d'expertise, sa mission est d'accompagner l'engagement sociétal des entreprises, notamment dans les domaines de l'accès à l'emploi et de la diversité, de l'égalité des chances dans l'éducation, des partenariats solidaires et du développement de business inclusifs.

Pour agir avec les entreprises au plus près de leurs enjeux locaux, l'IMS est présente à Paris et en région, avec une vingtaine d'implantations.

Une équipe dédiée à la diversité dans l'entreprise

Au sein de l'IMS, l'équipe Diversité dans l'entreprise aide les entreprises à promouvoir la diversité en travaillant à la fois sur les politiques de recrutement des publics discriminés (handicap - égalité hommes/femmes - minorités visibles - orientation sexuelle - diversité religieuse - seniors...) mais aussi sur la gestion de la diversité au sein de l'entreprise et sur les process d'évolution de carrière.



IMS-Entreprendre pour la Cité

141, avenue de Clichy
75017 Paris

Tel : 01 43 87 52 52

www.imsentreprendre.com