

25. septembre 2020, Bilan

Les femmes font une percée dans le business automobile

PAR [JULIE MÜLLER](#)

Encore largement pilotée par les hommes mais plus accessible, la branche automobile suisse se féminise peu à peu, laissant place à une nouvelle génération de talents.

L'adage «femme au volant, mort au tournant» n'est plus. Autrefois absente des routes suisses, la gente féminine siège désormais le plus souvent à la place du conducteur et a su déjouer les préjugés.

Transformé en un segment porteur pour le marché automobile, la femme s'impose aujourd'hui en tant que clientèle de choix mais demeure encore et toujours sous-représentée dans ce business pesant [près d'un emploi sur huit](#).

Une avancée palpable mais différenciée

Les professionnels sont unanimes: «Bien que nettement plus élevée dans les professions administratives, la proportion de femmes dans les métiers techniques de l'automobile est inférieure à 5%. Leur sous-représentation dans cette industrie est un fait», souligne [Thomas Jäggi](#), responsable formation de l'[Union professionnelle suisse de l'automobile](#) (UPSA).

Du côté de l'[Association suisse des moniteurs de conduite](#) le constat est le même mais pourrait évoluer rapidement. En dix ans, environ 82% d'hommes contre 18% de femmes ont réussi l'examen de moniteur. «Nous observons une tendance de la part des apprenties conductrices à privilégier, lorsque cela est possible, des leçons auprès de monitrices. La demande est présente et nul doute qu'à l'avenir l'offre suivra», ajoute le président, [Michael Gehrken](#).

Dans le milieu très masculin de la carrosserie, les mœurs évoluent elles aussi depuis une dizaine d'années mais à double vitesse. Tandis que pour le CFC de carrossier-peintre on comptabilise 20% de femmes, la formation plus physique de carrossier-tôlerie retombe à 5%. «Plus méticuleuses, elles obtiennent pourtant de meilleurs résultats que les hommes. L'évolution technique au niveau de l'outillage, devenu plus léger et nécessitant moins de force, a permis cette féminisation», indique Pierrick Blanchard, responsable de formation à la fédération [Carrosserie Suisse](#).

Démocratisé, le métier attire donc davantage de jeunes mais reste limitant pour la gente féminine, comme le confirme Pierrick Blanchard: «Dès le premier jour de grossesse, il y a une

interdiction formelle d'entrer dans un atelier, notamment à cause de la toxicité des produits. Inéluctablement, c'est une contrainte que les hommes n'ont pas.»

Une vie de famille comme frein qui touche également le segment du transport. «La part des femmes en tant que chauffeuses a considérablement augmenté ces vingt dernières années pour atteindre les 25% mais la difficulté de combiner vie de famille et vie de route peut encore bloquer certaines candidates», atteste [Pascal Fragnière](#), porte-parole de l'[Association suisse des transports routiers](#) (ASTAG). D'où la présence féminine plus importante dans le transport de personnes plutôt que de marchandises ainsi qu'aux postes de cadres.

Un nouveau regard sur l'automobile

Malgré ces avancées timides, certains mastodontes de la branche automobile ont déjà pris les devants pour faire évoluer la situation.

A titre d'exemple, en Suisse, trois importateurs ont des PDG féminins, [Claudia Meyer](#) chez [Nissan](#), [Nicole Sahlmann](#) chez [SsangYong](#) et [Nathalie Robyn](#) chez [Volvo Cars](#). La société de partage de véhicules [Mobility](#) montre à son tour l'exemple avec plus de 40% de femmes au total chez ses employés dont 20% (en hausse) à des postes de direction.

	2019	2018	Variation absolue	en %
Nombre de collaborateurs	214	224	-10	-4.5
Équivalents temps plein (ETP)	194	199	-5	-2.5
Proportion de collaborateurs à temps partiel	27.1%	28.1%	-	-1
Nombre d'apprenants	5	4	+1	+25
Fluctuations	13.1%	12.9%	-	+0.2
Âge moyen en années	40	39.3	+0.7	+1.8
Proportion de femmes	40.2%	42.5%	-	-2.3
Proportion de femmes à un poste de direction	20.7%	17.2%	-	+3.5
Frais de formation par collaborateur (en CHF)	748	765	-17	-2.2
Jours d'absence par collaborateur	3.3	5.3	-2	-37.7

«Il y a quelques décennies, c'était impensable mais désormais la femme est partie prenante de l'achat de la voiture. Elle travaille, a un besoin accru de mobilité, les moyens de se financer, c'est donc une cible prisée des marques. D'où l'importance qu'elles soient présentes dans les pôles décisionnels», appuie [Thomas Hurter](#), président de l'[Automobile Club de Suisse](#) (ACS). Conscients de ce phénomène, un tiers de leurs sections sont aujourd'hui dirigées par des femmes.

Chez [Mazda](#), au plus fort de la crise covid, en avril dernier, trois femmes ont réagi en proposant une action de solidarité d'envergure. Du jamais vu chez le constructeur et relevant de l'inhabituel dans le milieu automobile.

«Mazda Help», soit 100'000 kilos de matériel livrés en voiture gratuitement dans tout le pays pour venir en aide à 60'000 personnes. «On dit souvent que les femmes dirigent d'une manière différente, de façon plus empathique, en voici l'exemple», témoigne [Katarina Loksa](#), principale initiatrice du projet. Elle-même directrice marketing de Mazda Suisse, elle salue la féminisation de son équipe depuis près de deux ans: «Nous offrons au client un autre regard qui est nécessaire.»

De nouveaux talents que [Ferrari](#) souhaite d'ailleurs attirer grâce à une certification «Equal-Salary», synonyme d'excellence en matière d'égalité salariale, fraîchement obtenue. Etant la première entreprise de l'industrie automobile à la recevoir, son CEO, le Lausannois [Louis C.Camilleri](#), a exprimé sa fierté: «L'égalité de traitement et des chances ne se limite pas au principe essentiel de l'équité. C'est un pilier fondamental pour attirer, retenir et développer les meilleurs talents permettant d'engendrer innovation et croissance à long terme.» Reste à savoir si ces initiatives seront les premières d'une longue série ou les dernières d'un coup d'essai.

JULIE MÜLLER
JOURNALISTE À BILAN