

# Réforme sur les rythmes scolaires : Opinion et conséquences sur la vie des femmes et des hommes

## Enseignements clés

Le 17 mai 2013

**Mediaprism**

Tour Cristal

7 quai André Citroën

75 015 Paris

Tél. : 01 53 29 10 00

[www.mediaprism.com](http://www.mediaprism.com)



Laboratoire  
de l'Égalité

Partager  
une culture commune de l'égalité  
entre les femmes et les hommes.

# Enseignements clés

## Opinion générale sur la réforme

- Une majorité de Français-es (56%) juge cette réforme justifiée.
- Les réactions des Français-es sont très liées au choix de la ½ journée supplémentaire :

- **Dans le cas du samedi matin :**

La majorité des Français (69%) et avant tout, les parents d'élèves de primaire (75%) concernés directement par cette réforme pensent qu'elle va plutôt gêner leur organisation familiale.

*Les pères partagent encore plus que les mères ce point de vue.*

La grande majorité des parents (82%) y est défavorable. *Les pères y sont à nouveau plus opposés que les mères.*

- **Dans le cas du mercredi matin :**

Les Français semblent plus partagés sur le fait que cette demi-journée sera un frein à l'organisation de la vie familiale. A noter que les parents d'élèves de primaire sont plus nombreux à considérer ce jour de classe supplémentaire comme une gêne à leur organisation.

# Enseignements clés

## Impact de la réforme

**Globalement, cette réforme aurait peu d'impact sur la vie professionnelle des parents d'élèves de primaire.**

- Lorsqu'on interroge des parents travaillant les jours concernés par la ½ journée d'école supplémentaire, la grande majorité d'entre eux (respectivement 85% dans le cas du mercredi et 86% dans le cas du samedi) a l'intention de continuer à travailler ces jours-là.
- Quant à ceux qui ne travaillent pas le mercredi, il semblerait qu'ils continuent à être inactifs ce jour, même si leurs enfants allaient à l'école le matin. Cette décision s'explique soit par un désir de s'occuper de son foyer soit par une impossibilité de faire garder ses enfants l'après-midi.
- A travers ces résultats, nous comprenons que les Français ne se sont peut-être pas encore véritablement questionnés eux-mêmes sur le sujet. Ils y ont probablement très peu réfléchi, ne se projettent pas dans un changement de leur vie future et répondent de manière très empirique aux questions qui leur sont posées.
- Un tiers des enfants dont les parents travaillent le mercredi se rendent au centre de loisir.  
*Si la ½ journée a lieu le mercredi matin, qui accompagnera ces enfants au centre de loisir, ne se situant pas dans l'école ? Est-ce que dans ces communes, des solutions seront proposées aux parents (bus scolaire, accompagnant-es...)?*

# Enseignements clés

## *Impact de la réforme (suite)*

**Mais lorsqu'on regarde les résultats de plus près, on prend conscience que cette réforme impacterait davantage la vie professionnelle des mères que celle des pères**

- En effet, si la demi-journée supplémentaire est fixée au mercredi, un quart d'entre-elles s'arrêteront de travailler ce jour-là versus seulement 7% des pères.
- Pour les pères, cette décision d'arrêter de travailler témoignerait davantage d'une envie alors que pour les mères ce serait plus par obligation que par envie.

**Une majorité des répondants (70%) estime que cette réforme ne changera rien aux inégalités entre les femmes et les hommes mais 20% pensent qu'elle va accentuer ces inégalités versus 4% seulement qui estiment qu'elle va les réduire.**

# Enseignements clés

## *Manière dont les politiques tiennent compte de la vie professionnelle des femmes dans leur décision*

- La grande majorité des parents (81%) pense que, d'une manière générale, les responsables politiques ne tiennent pas compte des conséquences de leurs décisions sur la vie professionnelle des femmes.

*Les mères soulignent ce point encore plus que les pères (respectivement 84% vs. 79%).*

- Quant aux décisions des politiques sur la réforme des rythmes scolaires, le constat reste le même : les  $\frac{3}{4}$  des parents pensent que les politiques ne prennent pas suffisamment en compte la vie professionnelle des femmes.

*Les mères sont un peu plus nombreuses à partager ce point de vue (respectivement 75% vs. 71%).*

- Et plus précisément s'agissant de l'application de cette réforme dans leur commune,  $\frac{3}{4}$  des parents attendent que leur maire prenne compte la vie de professionnelles des mères dans leur décision.

*Les mères le souhaitent un peu plus que les pères (respectivement 76% vs. 72%).*

# Qui sommes-nous ?

## Philosophie et positionnement

Mediaprism est « l'éclaireur des publics » : cela signifie que pour nous, la communication doit avant tout aider les annonceurs à **bâtir dans la durée la meilleure relation, utile, respectueuse et mutuellement profitable**, avec les bonnes personnes. Éclairer, c'est connaître les publics. Éclairer, c'est aussi leur apporter ce dont ils ont besoin.

**Mediaprism, filiale de Mediapost Communication / Groupe La Poste, est une agence de marketing et de communication au service des associations, des institutions, des entreprises et des marques.** La force de Mediaprism s'articule autour de **deux savoir-faire : la maîtrise de la connaissance des publics et le conseil stratégique et créatif.** Être « l'éclaireur des publics », c'est justement combiner ces deux dimensions de façon originale : la communication et la relation justes reposent sur une démarche rigoureuse de connaissance des publics.

Cette offre globale fondée sur la connaissance des publics est nourrie par une base de plus de 36 millions d'individus et une communauté de 8 millions d'internautes opt in. Elle est déclinable en marketing relationnel, campagnes de communication, relations médias, études, enquêtes d'opinion...dans des secteurs aussi différents que le caritatif et la levée de fonds, le corporate ou la consommation.

# Pour toute information

## Contacts

### **Frédérique AGNES**

Présidente de Mediaprism

[frederique.agnes@mediaprism.fr](mailto:frederique.agnes@mediaprism.fr)

01 53 29 10 02

06 09 62 52 64

### **Laurence BILLOT DAVID**

Directrice des Études

[laurence.billotdavid@mediaprism.fr](mailto:laurence.billotdavid@mediaprism.fr)

01 53 29 09 78

06 08 78 82 41

### **Clémence PONS**

Chargée d'études

[clemence.pons@mediaprism.fr](mailto:clemence.pons@mediaprism.fr)

01 53 29 09 63