

Une charte de parentalité pour les entreprises

Une **charte** de **parentalité** pour les **entreprises**
vendredi 11 avril 2008 14h40

Mieux concilier vie professionnelle et vie familiale, tel est l'objectif d'une **charte** qui a été signée vendredi par une trentaine de grosses entreprises et associations. Parmi les groupes concernés : L'**Oréal** , Adecco, Alstom, Bouygues, Carrefour, France Telecom, Orange, PSA, Total ou encore Suez.

Une **Charte** de la **parentalité** en **entreprise** signée par trente entreprises et associations pour que les "salariés-parents" aient de meilleures conditions de travail, a été lancée vendredi par le ministre du Travail **Xavier Bertrand** et la secrétaire d'Etat à la Famille Nadine Morano. Concrètement, il s'agit d'essayer de développer les crèches d'entreprise, de mieux accompagner les départs et retours de congés maternité "qui pénalisent les progressions de carrière" selon **Xavier Bertrand**, d'aménager le temps de travail pour éviter "les réunions après 18h00" ou encore de réfléchir au congé parental, notamment pour les pères.

Initiée par SOS Préma, une association d'aide aux parents d'enfants prématurés, et le groupe L'**Oréal** , la Charte a pour but de "concilier le temps de travail et le temps familial" dans l'entreprise, a expliqué Mme Morano. "L'annonce d'une grossesse est un élément supérieur d'équilibre pour les pères (...) mais j'ai vu de nombreuses femmes porter des pulls larges pour retarder l'annonce" à l'employeur, a-t-elle regretté. "Le stress au travail est une des causes de prématurité en France qui représente 8% des naissances en 2007", souligne de son côté Charlotte Lavril, présidente de SOS Préma. Et, selon la Caf, 80% des parents ayant au moins un enfant de moins de trois ans sont actifs tous les deux, ce qui pose des problèmes de garde.

Un Observatoire de la **parentalité** , piloté par deux cabinets-conseils (Equilibres et HR Valley) est censé vérifier que les entreprises signataires, parmi lesquelles Alstom, Suez, Carrefour, Sfr, Orange, Axa, PSA, Ernst&Young, respectent leurs engagements. Le directeur de la diversité chez L'**Oréal** , Jean-Claude Le Grand, qui reconnaît des "difficultés" à appliquer ces méthodes

Évaluation du site

Le site de la de radio Europe1 diffuse un fil d'informations en continu ainsi que des dossiers traités de la rédaction. Le site offre également la possibilité d'écouter en direct la station et de "podcaster" les émissions.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 23

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

dans sa propre entreprise, souhaite que les "crèches interentreprises" se développent, à l'image de celle créée avec Danone à Clichy, dans les Hauts-de-Seine).