

STÉRÉOTYPE #07
Quand c'est gratuit, c'est que c'est louche...

STÉRÉOTYPE #08
BSF ça veut sûrement dire : Business, Sécurité & Finance...

BSF

L'ACTUALITÉ / TECH / BUSINESS / RÉGION
DU XXI ÈME SIÈCLE

NEWSPAPER

C'EST JUSTE ENTRE NOUS...

TECH SLOP, LE FLOP DE L'IA

Page 3



NOUVELLE AQUITAINE LA REVANCHE DU LOCAL!

Page 3



3 QUESTIONS À FRÉDÉRIC CLÉMENT DE VIZU

Page 4



Ah, les **stéréotypes** en entreprise, ces petites étiquettes invisibles qui collent à la peau des employés ! Que ce soit les stéréotypes de genre, d'origine, d'âge ou même de niveau d'éducation, ils façonnent le paysage professionnel de manière insidieuse.

« Un collaborateur avec un fort accent régional ou étranger peut être perçu, à tort, comme moins compétent ou éduqué »

ALAUNE!

Ah, les stéréotypes en entreprise, ces petites étiquettes invisibles qui collent à la peau des employés ! Que ce soit les stéréotypes de genre, d'origine, d'âge ou même de niveau d'éducation, ils façonnent le paysage professionnel de manière insidieuse.

Commençons par le classique : les stéréotypes de genre. Combien de fois avons-nous entendu que les femmes sont "émotives" et les hommes "rationnels" ? Ces clichés influencent grandement la répartition des postes de direction.

Selon une étude de l'INSEE, seulement 18 % des postes de direction sont occupés par des femmes. Paradoxalement, les femmes représentent 52 % des diplômés universitaires. Cherchez l'erreur ! Et puis, il y a les métiers dits "féminins" et "masculins". Heureusement, les choses évoluent doucement.

Les métiers les plus masculinisés

Ouvriers du bâtiment

(1 à 7 % de femmes)

Conducteurs de véhicules

(9 % de femmes)

Les métiers les plus féminisés

Assistant maternelle

(2 % d'hommes)

Secrétaire

(3 % d'hommes)

Aide à domicile

(5 % d'hommes)

Aide-soignant

(10 % d'hommes)

Les stéréotypes ne s'arrêtent pas au genre. Ils touchent aussi les origines ethniques et culturelles.

Par exemple, en France, avoir un nom à consonance étrangère peut réduire de 25 % les chances d'être convoqué pour

Suite de l'article **A la une**

un entretien d'embauche, d'après une étude de l'Institut Montaigne. L'accent joue également un rôle. Un collaborateur avec un fort accent régional ou étranger peut être perçu, à tort, comme moins compétent ou éduqué. Cela crée une double peine pour ceux qui cherchent à s'intégrer dans une entreprise tout en conservant leur identité culturelle.

L'âge est un autre facteur discriminant. Les jeunes diplômés sont souvent catalogués comme "inexpérimentés" ou "irresponsables". En revanche, les employés plus âgés peuvent être vus comme "moins dynamiques" ou "réticents au changement".

En réalité, chaque génération apporte ses compétences uniques : l'innovation et l'énergie des jeunes, la sagesse et l'expérience des plus âgés.

En France, le taux d'emploi des 55-64 ans est de 56 %, contre une moyenne de 65 % en Europe, selon Eurostat. Cela montre bien qu'il y a encore du travail à faire pour valoriser toutes les générations en entreprise.

Enfin, n'oublions pas les stéréotypes éducatifs. Les diplômés des grandes écoles sont souvent perçus comme l'élite, tandis que ceux issus des universités peuvent être considérés comme moins performants. Pourtant, les compétences ne se limitent pas à l'institution de formation. De nombreux succès professionnels viennent de parcours atypiques et de formations diverses.

Pour avancer, les entreprises doivent prendre conscience de ces stéréotypes. La diversité n'est pas seulement une question d'équité, c'est aussi un atout stratégique.

En valorisant toutes les compétences, quel que soit le genre, l'origine, l'âge ou le parcours éducatif, les entreprises peuvent innover et prospérer. ■

L'EXPERTISE COMPTABLE BIEN PLUS QUE DES CHIFFRES!

Dans le secteur de l'expertise comptable, les stéréotypes ont la vie dure. On imagine souvent un expert-comptable comme un homme austère, en costume gris. Pourtant, les chiffres montrent une réalité plus diversifiée : en 2020, près de 47 % des experts-comptables inscrits étaient des femmes.

Autre idée reçue : les experts-comptables seraient des techniciens sans créativité. Or, leur rôle va bien au-delà des bilans et déclarations fiscales. Ils sont des conseillers stratégiques, aidant les entreprises à naviguer dans des environnements économiques complexes.

Le secteur lutte aussi contre l'image d'une profession fermée aux jeunes. En réalité, elle attire de plus en plus de talents grâce à des parcours de formation dynamique.

Chez BSF, ces confidences qui dépoussièrent !

C'EST JUSTE ENTRE NOUS...

Plus comptable qu'expert, les clichés nuisent sur les collaborateurs, à tous les niveaux de responsabilités.



Pour dépoussiérer les clichés, le Groupe BSF a imaginé une petite série qui donne la parole à tous. Avec pour titre " C'est juste entre nous ", les confidences viennent bousculer les stéréotypes.

<https://groupe-bsf.fr/newspaper/bsf-newspaper-13/>

STÉRÉOTYPE #01
Quand c'est vide, c'est qu'il manque quelque chose...

TECH' SLOP, LE FLOP DE L'IA !

Le terme "SLOP" désigne des contenus approximatifs ou de faible qualité, souvent générés par l'IA.

Contrairement aux spams, qui sont des messages indésirables envoyés massivement, le "slop" se caractérise par un manque de précision et de cohérence, résultant de la génération automatisée.

A l'origine, le terme "slop" désignait la boue qui s'accumule au fond des citernes de navires pétroliers.

Cette matière peu ragoutante envahit aujourd'hui internet sous la forme de contenus, qui, bien que non intentionnel-

NOUVELLE AQUITAINE LA REVANCHE DU LOCAL

Une nouvelle marque, "Signé Nouvelle-Aquitaine", succède à "Produit en Nouvelle-Aquitaine", qui existait depuis 2019.

Cette marque a été conçue pour promouvoir avant tout le localisme, plutôt que de se conformer aux critères stricts des autres labels comme l'IGP, l'AOP, ou le bio. L'objectif est de montrer comment l'industrie agroalimentaire régionale se distingue parmi les multiples sigles de qualité existants.

Quarante entreprises, représentant 1 600 produits et 2 300 emplois, pourront utiliser cette marque pour mettre en avant leur savoir-faire et leur ancrage local. Parmi les produits labellisés "Signé Nouvelle-Aquitaine", on retrouve des spécialités typiques telles que le foie gras des Landes, les vins de Bordeaux, les huîtres de Marennes-Oléron, le fromage Ossau-Iraty, mais aussi la boisson emblématique Cacolac.

Face à la concurrence des produits importés, les chambres d'agriculture saluent cette initiative. Elle arrive au bon moment



STÉRÉOTYPE #02
Le noir c'est triste...

lement nuisibles comme le spam, peuvent diluer la qualité de l'information et rendre difficile la distinction entre les sources fiables et non fiables. Pour contrer le "slop" il est crucial de mettre en place des outils

de vérification et de supervision humaine afin de garantir que tous les contenus générés par l'IA maintiennent un niveau de qualité élevé et respectent les normes éditoriales. ■



car elle n'impose pas de méthode de production particulière mais met en avant les produits fabriqués localement.

Les Français étant très attentifs à l'origine des produits dans leurs démarches d'achat, cette marque est donc une opportunité dans un contexte de crise agricole.

La marque séduit également la grande distribution, avec des enseignes comme Auchan, Intermarché et Métro qui envi-

sagent d'intégrer "Signé Nouvelle-Aquitaine" dans leurs rayons.

Elle ne cherche pas à concurrencer les grands labels de qualité mais vise plutôt une complémentarité avec les IGP et les AOP, valorisant des produits qui ne sont pas facilement mis en avant autrement. ■



NOUVEAU MÉTIER PRÉPARATEUR EN DÉCONSTRUCTION

Le préparateur en déconstruction, un métier peu connu mais ô combien essentiel dans le domaine de la construction et du bâtiment ! En quoi consiste ce métier mystérieux ?

Imaginez un bâtiment en fin de vie, qui doit être démolé pour faire place à un projet flambant neuf.

Avant de tout réduire en miettes, il faut une préparation minutieuse : c'est là qu'intervient notre super-héros de la déconstruction.

Le préparateur en déconstruction s'assure que toutes les étapes de démolition se passent dans les meilleures conditions de sécurité et de respect de l'environnement.

Travaillant souvent pour des entreprises spécialisées dans la démolition, le recyclage de matériaux ou encore des sociétés de construction, ce professionnel effectue un véritable travail de fourmi.

Il identifie les matériaux réutilisables, retire les éléments dangereux comme l'amiante, et planifie la gestion des déchets. Grâce à son expertise, la démolition se fait de manière efficace, sûre et écologique.

Le préparateur en déconstruction collabore avec des ingénieurs, des architectes et des ouvriers, jouant un rôle central dans la coordination des opérations. Sa mission ? Faire en sorte que chaque pièce soit démontée proprement, triée et revalorisée autant que possible.

Suite de l'article **Nouveau métier**

En résumé, le préparateur en déconstruction est un acteur clé dans le cycle de vie des bâtiments. Grâce à lui, la transition entre l'ancien et le nouveau se fait en douceur, avec un souci constant pour la sécurité et l'environnement. ■

3 QUESTIONS À FRÉDÉRIC CLÉMENT DE VIZU.LIVE



LA VISIOCONFÉRENCE NOUVELLE GÉNÉRATION 100% FRANÇAISE

Frédéric, comment vous est venue l'idée de créer VIZU?

Avec la démocratisation des visio-conférence et notre expertise dans ce domaine au service des grandes entreprises, c'était le moment de fournir une solution 100% française, hautement sécurisée, plus respectueuse du RGPD et parfaitement adaptée aux besoins des PME, TPE et indépendants.

**VOTRE BSF NEWSPAPER
EST AUSSI DISPONIBLE
EN VERSION DIGITALE**



groupe-bsf.fr/bsfnewspaper/

**Qui a besoin de faire des visios de 100 participants ?
Par contre, nous sommes nombreux à avoir besoin de solutions garantissant la confidentialité des échanges**

Aujourd'hui où en est Vizu ?

Aujourd'hui, nous avons un outil fiable, disponible et conforme aux attentes du marché en termes de visioconférence.

Surtout, nous offrons à nos clients la possibilité d'avoir des adresses de room permanentes, personnalisées à l'image de leur entreprise, enrichie d'une solution de messagerie.

Comment envisagez-vous demain ?

Nous travaillons sur une version Freemium pour permettre à nos clients de se créer des comptes en ligne sans avoir besoin de passer par nous.

Un outil français, des méthodes US en termes de croissance.

Nous voulons une version adaptée aux indépendants, freelancers et petits artisans, une version 100% gratuite et une version à prix compétitif avec l'essentiel de ce qui est utile à un entrepreneur. ■

**GRUPE BSF / ACCOMPAGNER LES DIRIGEANTS
DANS LEURS PRISES DE DÉCISION**

DONNÉES FINANCIÈRES, FISCALES, JURIDIQUES,
SOCIALES & COMPTABLES

Contact / infos-bsf@bsf.fr

Directeur de rédaction / Groupe BSF

Ligne éditoriale / Stephan Pluchet (Agence Element) /

Rédacteur / Olivier Leguistin (Cotc Communication)

Création graphique / Stephan Pluchet / Agence Element

agenceelement.com / stephan@agenceelement.com

Impression / Proformats