AGIR POUR L'ÉGALITÉ NOS 100 PROPOSITIONS

LIVRE BLANC 2019 – 2020

THINK TANK marie claire

AGIR POUR L'ÉGALITÉ

POWERED BY CONNECTING LEADERS CLUB

SOMMAIRE

ÉDITOS

Édito *Marie Claire* et Connecting Leaders Club 5
Édito *Marie Claire* 6
Édito Connecting Leaders Club 7

ENTREPRISES

Agir pour une meilleure reconnaissance des femmes dans l'entreprise 8
Propositions entreprises 10
Propositions télétravail 12
Témoignages partenaires L'Oréal 15
Témoignages partenaires Syntec Conseil 16
Témoignages partenaires Engie 17
Témoignages partenaires Great Place To Work 18
Palmarès Great Place To Work 19

ARGENT

Agir pour renforcer l'autonomie financière des femmes 20
Propositions argent 22
Témoignages partenaires Natixis 24
Témoignages partenaires AXA 25

SANTÉ

Agir pour l'égalité des femmes dans la santé 26
Propositions santé 28
Témoignages partenaires Sanofi 30
Témoignages partenaires WW (Weight Watchers) 31

TECH
Agir pour renforcer la présence des femmes dans la tech 32
Propositions tech 34
Témoignages partenaires Salesforce 38
Prix Tech for Women 39

VILLES ET TRANSPORTS
Agir pour une ville et des transports plus accueillants pour les femmes 40
Propositions ville et transports 42
Témoignages partenaires Région Île-de-France 44
Témoignages partenaires RATP 45
Témoignages partenaires Transdev 46
Témoignages partenaires Conseil national des barreaux (CNB) 47

CARE
Agir pour mieux répartir les tâches ménagères, accompagner le vieillissement des parents et aider les aidants familiaux 48
Propositions care 50
Témoignages partenaires Oui Care 56

MÉDIAS & CULTURE
Agir pour lutter contre les stéréotypes dans la culture et les médias 58
Témoignages partenaires Union des Marques (UDM) 60
Étude Union des Marques & *Marie Claire* 61

PROGRAMME 2021 62

REMERCIEMENTS 64

ÉDITOS
THINK TANK MARIE CLAIRE AGIR POUR L'ÉGALITÉ

108 ans. C'est le temps que nous allons devoir attendre pour vivre dans un monde égalitaire, au rythme où nous allons… 108 ans, vous avez bien lu !

Gwenaëlle Thebault

Valérie Hoffenberg

Les grandes promesses ne suffisant pas, nous voulons des avancées réelles. C'est la raison pour laquelle *Marie Claire* et le *Connecting Leaders Club* se sont engagés en lançant un nouveau Think Tank qui œuvre concrètement pour l'égalité.

Car au-delà de la sensibilisation de l'opinion et des débats réunissant expert·es et acteur·rices économiques, notre *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* s'est donné comme ambition d'être force de propositions pour les pouvoirs publics et les entreprises, et une source d'inspiration pour les femmes et les hommes qui veulent passer des paroles aux actions.

Notre comité scientifique est paritaire et notre approche holistique… Car les inégalités sont partout. Seule la mobilisation de tou·tes les acteur·rices permettra de réelles avancées.

Pour relever ce défi et agir concrètement, notre Think Tank s'appuie sur l'expertise et les retours d'expériences de nos partenaires, tous précurseurs en matière d'égalité : *Oui Care, Salesforce, AXA, Natixis, Sanofi, Groupe RATP, Engie, Conseil National des Barreaux, Région Île-de-France, WW, Transdev, Syntec Conseil, L'Oréal, Union des Marques et Great Place To Work.*

Lancé en 2018, notre Think Tank clôture sa deuxième édition après huit sessions d'échanges et de réflexion sur des thèmes aussi variés que le travail, l'argent, la santé, la tech, le care ou encore la place de la femme au sein de l'espace public…

Nos sessions de travail et ateliers nous ont permis d'élaborer 100 propositions concrètes validées par un comité scientifique d'expert·es. Une véritable boîte à outils pour tou·tes ceux·lles qui veulent faire avancer l'égalité femmes-hommes.

Ces propositions, dévoilées prochainement lors de notre semaine pour l'égalité, sont détaillées dans ce livre blanc et remises aux pouvoirs publics et grandes entreprises.

Par **Gwenaëlle Thebault,**
directrice générale déléguée du Groupe Marie Claire,
et **Valérie Hoffenberg,**
présidente du Connecting Leaders Club.

Marie Claire entend endosser son rôle de lanceur d'alerte

Une femme n'a jamais été présidente de la République, de l'Assemblée nationale ni du Sénat. Elle gagne en moyenne 25 % de moins par mois que les hommes, assure 3h03 de travail domestique par jour contre 1h45 pour son conjoint et subit 42 % d'écart dans ses droits à la retraite…

Gwenaëlle Thebault

Katell Pouliquen

La liste de ces chiffres accablants est longue et face à ce constat, *Marie Claire* se mobilise depuis 2018 avec le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* en partenariat avec le *Connecting Leaders Club*. Une première pour un magazine féminin, poursuivie en 2019 et 2020.

UNE INITIATIVE ENGAGÉE ET ANCRÉE DANS LE RÉEL

Avec ce Think Tank, *Marie Claire* entend endosser son rôle de lanceur d'alerte et de média engagé dans l'action avec pour objectif d'atteindre des transformations sociétales concrètes pour lutter contre les discriminations et les inégalités persistantes entre femmes et hommes.

Marie Claire s'est toujours engagé auprès des femmes et porte naturellement et sincèrement la défense de leurs droits.
En plaçant l'égalité entre les femmes et les hommes comme enjeu prioritaire, *Marie Claire* désire apporter une réponse pragmatique : quelles sont les solutions pour améliorer la place et la condition des femmes, ainsi que le regard porté sur elles ?
Un engagement que nous prenons dans la durée, permettant de partager les bonnes pratiques sur tous les grands enjeux de l'égalité.

Nous comptons sensibiliser le plus grand nombre et accélérer les choses !

Par **Gwenaëlle Thebault,**
directrice générale déléguée du Groupe Marie Claire,
et **Katell Pouliquen,**
directrice des rédactions de *Marie Claire.*

MARIE CLAIRE EN QUELQUES CHIFFRES

Marie Claire est le premier mensuel féminin haut de gamme français avec 311 420 exemplaires diffusés chaque mois.

Au global, avec son site internet, *Marie Claire* engage chaque mois plus de 9 012 000 personnes.

(Sources : ACPM OJD 2019, One Next 2020 V2.)

PRESSE.(X2). SOPHIE STEINBERGER..

Agir plus vite et plus fort pour ne pas régresser !

Valérie Hoffenberg

La directrice générale du FMI Kristalina Georgieva a lancé l'alerte. La crise économique engendrée par la Covid affecte particulièrement les femmes qui travaillent dans des secteurs fortement touchés par la crise tels que les services, la distribution et le tourisme.

Cette crise pourrait compromettre les progrès réalisés au cours des trente dernières années, renforcer les écarts économiques entre les femmes et les hommes en termes d'accès à l'emploi et d'autonomie financière.

Les femmes furent pourtant en première ligne pendant la crise sanitaire en gérant de front télétravail, supervision des devoirs scolaires et travaux ménagers.

Les entreprises, de leur côté, doivent relever de nombreux défis économiques et certaines pourraient décider de mettre en suspens leurs efforts en faveur de l'égalité faute de budget ou de temps.

Seul un leadership fort et éclairé permettra d'éviter ces erreurs, car l'égalité ne doit pas être une variable d'ajustement ; il en va de leurs performances et de leur capacité à répondre à la crise.

Depuis sa création en 2014, le *Connecting Leaders Club* a pour vocation de stimuler la réflexion, connecter les idées, inspirer les leaders pour les aider à anticiper les tendances et relever les défis d'un monde en constante mutation.

L'égalité femmes-hommes est un marqueur de l'état de nos démocraties, un révélateur des valeurs de nos sociétés et un atout pour la performance des entreprises.

C'est pourquoi le *Connecting Leaders Club* s'est engagé avec *Marie Claire* en créant le *Think Tank Agir pour l'Égalité,* qui s'est imposé en quelques années comme un acteur majeur de l'égalité femmes hommes.

Fort de notre succès en France, nous avons décidé de lancer notre initiative à l'international en nous appuyant sur les 25 éditions de *Marie Claire.*

Cette nouvelle étape nous permettra de bénéficier d'un benchmark international pour renforcer notre impact et élaborer des propositions encore plus pertinentes.

Plus que jamais, nous appelons les entreprises à nous rejoindre, les pouvoirs publics à continuer leurs efforts et à s'inspirer de nos propositions.

Les défis à relever nécessitent l'engagement de chacun·e d'entre nous et nous vous attendons dès le mois d'octobre pour élaborer de nouvelles propositions sur des thématiques telles que le sport, la sexualité, le rôle du leadership, les nouvelles compétences dans le travail ou l'environnement.

Ensemble, créons une coalition du changement pour agir plus vite, plus fort, pour une société plus égalitaire et apaisée.

Valérie Hoffenberg,
présidente du Connecting Leaders Club,
cofondatrice du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité.*

Agir pour une meilleure reconnaissance des femmes dans l'entreprise

ISTOCK/MC.

Entreprises : comment répondre aux grands enjeux de l'égalité ?

Comment favoriser l'égalité salariale ?

1 **PUBLIER LES GRILLES DE SALAIRES** pour le premier salaire afin d'encourager la transparence. Mieux informer les étudiant·es dans les universités sur les salaires d'embauche des entreprises en fonction de leur formation.

2 **PARTAGER LE COÛT DU CONGÉ DE MATERNITÉ** payé par l'entreprise aux employeurs des deux parents afin de lutter contre l'impact du congé de maternité sur les carrières des femmes.

3 **ENCOURAGER LES DRH À INFORMER** les candidats hommes et femmes de la même manière sur les avantages de l'entreprise : flexibilité des horaires, télétravail, opportunités de temps partiel, primes ainsi que bonus.

4 **APPLIQUER L'INDEX DE L'ÉGALITÉ** aux établissements et institutions publiques (collectivités territoriales, Assemblée nationale, Sénat), dans un souci d'égalité et d'exemplarité.

5 **OBJECTIVER LES MOTIFS D'AUGMENTATION** pour plus de transparence au sein de l'entreprise.

6 **DÉFISCALISER PENDANT UN AN** une somme allouée à la correction de la différence des salaires entre les femmes et les hommes.

7 **RENFORCER L'INTRAPRENEURIAT** au sein des entreprises grâce à l'appel à projets afin d'accélérer les carrières des femmes.

Comment le management peut-il favoriser l'égalité ?

8 **RENDRE OBLIGATOIRE LA MISE EN PLACE D'UN MODULE DE SENSIBILISATION** du manager à toute forme de diversité. Cette formation devra être faite dans les six mois qui suivent la prise de fonction du salarié dans l'entreprise.

9 **IMPLÉMENTER UN CONGÉ DE PATERNITÉ** pour ne pas pénaliser les femmes dans leur carrière.

10 **DÉVELOPPER TOUTES LES OFFRES DE GARDE D'ENFANTS** avec un accompagnement financier de la part des entreprises pour permettre aux femmes de reprendre leur travail quand elles le souhaitent après un congé de maternité et pour éviter la baisse de leur rémunération. L'accompagnement financier pourrait être pris en charge par le CSE des entreprises.

11 **PROPOSER UNE RÉDUCTION DE 50 % DES COTISATIONS PATRONALES** pour chaque femme de plus de 50 ans recrutée.

12 **ÉTENDRE LA LOI COPÉ-ZIMMERMANN** aux COMEX et aux CODIR.

Entreprises : comment le télétravail peut-il favoriser l'égalité ?

13 **POUR LES ENTREPRISES** qui souhaitent imposer un quota de jours en télétravail, cet objectif doit être le même pour tou·tes les salarié·es afin d'éviter toute stigmatisation entre les femmes et les hommes.

14 **CRÉER UNE CHARTE CLAIRE ET UN CADRE LÉGAL** comprenant les éléments suivants : les attentes de l'employeur, les modes de communication, le nombre minimum de jours au bureau pour maintenir la socialisation, le fonctionnement du télétravail (comptabilisation en temps travaillé ou en objectifs hebdomadaires, sécurité des données, prise en compte de la conciliation vie privée et vie professionnelle ainsi que le droit à la déconnexion grâce à des entretiens réguliers avec les managers et/ou les RH). Cette charte devra être rédigée avec les partenaires sociaux et adaptée en fonction des métiers et du secteur d'activité.

15 **INTÉGRER, DÈS QUE CELA EST POSSIBLE, DES TEMPS DE TÉLÉTRAVAIL DANS TOUS LES MÉTIERS,** avec un accompagnement par des formations en e-learning.

16 **OPTIMISER LE MANAGEMENT PAR…**

▪ **DES FORMATIONS POUR LES MANAGERS** sur la gestion du télétravail et tout particulièrement sur le management fondé sur la confiance et les objectifs atteints.

▪ **DES FORMATIONS TECH** pour combler le gap technologique qui subsiste entre les femmes et les hommes.

▪ **DES SESSIONS DE COMPTE RENDU** de l'expérience du télétravail afin de proposer un protocole qui réponde davantage aux demandes de chacun.

▪ **LA PRISE EN COMPTE DES CONTRAINTES PERSONNELLES** pour l'organisation de réunions avec une plus grande flexibilité des horaires. Et une limitation des horaires de réunions même en télétravail.

▪ **L'APPLICATION DES RÈGLES DU DROIT À LA DÉCONNEXION** en télétravail.

17 **SENSIBILISER LES RESSOURCES HUMAINES**

▪ **DANS LES GRANDES ENTREPRISES** par la mise en place d'une ligne d'accompagnement psychologique avec un renforcement du rôle des élu·es du personnel et des médecins du travail.

▪ **DANS LES PETITES ENTREPRISES** avec la prise en compte et la vérification de l'état psychologique des salarié·es par le biais de rendez-vous réguliers avec les managers.

18 **RÉORGANISER LES BUREAUX** pour favoriser les échanges. L'espace de travail doit être repensé pour être au service de la collaboration et de l'intelligence collective.

19 **ENCOURAGER LES RÉUNIONS PAR VISIOCONFÉRENCE** pour mettre sur un pied d'égalité les femmes et les hommes. En visioconférence, le champ non verbal s'estompe et la prise de parole entre les femmes et les hommes est mieux organisée.

Entreprises : comment le télétravail peut-il favoriser l'égalité ?

20 **LIMITER LES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS** aux rendez-vous qui ne peuvent pas être remplacés par des visioconférences. Cela aura un impact positif pour de nombreuses femmes qui hésitent à postuler à des postes nécessitant des déplacements trop fréquents pour maintenir leur équilibre familial.

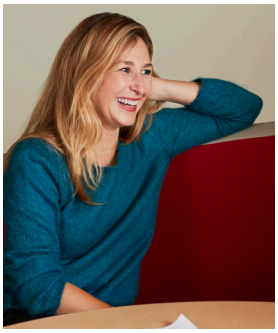
21 **INTRODUIRE PLUS DE SOUPLESSE DANS LES HORAIRES.** Proposer des journées incluant une partie en télétravail et une partie de présentiel pour éviter les engorgements dans les transports. Proposer des horaires aménagés dans le cadre du présentiel.

22 **FAVORISER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES** avec la mise en place d'outils de partage de documents, de gestion d'agendas, la création de dispositifs chat pour un échange plus rapide (WhatsApp, etc.), le renforcement des systèmes de sécurité informatique et la signature d'une charte informatique.

L'ORÉAL

"NOUS AVONS FAIT DISPARAÎTRE LES ÉCARTS DE RÉMUNÉRATION ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES"

ANNE-LAURE THOMAS-BRIAND



Anne-Laure Thomas-Briand, directrice Diversités & inclusion France, Groupe L'Oréal

« Le Groupe L'Oréal est historiquement engagé auprès des femmes. Depuis cent dix ans, nous faisons en sorte de rendre accessible la beauté pour tout·es selon une infinité de besoins et d'envies. Chez L'Oréal, le principe d'égalité est une priorité incontournable, avec, par exemple, la disparition volontariste des écarts de rémunération, ou encore une politique favorisant l'accès pour les femmes aux postes à haute responsabilité. Notre approche se veut globale et nous agissons à tous les niveaux.
Nous avons ainsi créé en 2018 l'initiative #StOpE pour lutter contre le sexisme ordinaire en entreprise, en collaboration avec d'autres entreprises. Nous nous investissons contre les violences faites aux femmes au sein du collectif "1 in 3 women". Enfin, la Fondation L'Oréal accompagne des jeunes filles prometteuses et des chercheures confirmées avec son programme "For Women In Science".

Participer au *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* s'inscrit dans la continuité de nos engagements. Trois raisons principales nous motivent :

ÉCHANGER Parce que les avancées sur le volet de l'égalité entre les femmes et les hommes passent par l'échange et l'exemplarité d'acteurs influents, plusieurs personnalités de L'Oréal ont participé aux groupes de travail du Think Tank, comme Alexandra Palt, directrice générale de la Responsabilité sociétale et environnementale, et membre du Comex, ou encore Marie Sermadiras, chief digital officer de la division Cosmétique Active.

PARTAGER Nous souhaitons faire part de nos avancées sur ce sujet pour que cela bénéficie au plus grand nombre. La marque L'Oréal Paris a ainsi lancé "Stand up", un programme qui vise à faire disparaître le harcèlement dans les lieux publics. Nous pensons que les actions de sensibilisation, de prévention et d'éducation ainsi menées peuvent être intéressantes et inspirantes pour les autres entreprises membres du Think Tank.

S'ENRICHIR ET GRANDIR MUTUELLEMENT Participer au *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* permet au Groupe L'Oréal de s'enrichir et de grandir. Nous sommes ainsi convaincu·es que le sujet de la parentalité doit être travaillé en priorité afin de permettre une juste égalité de traitement entre les femmes et les hommes. C'est pourquoi la proposition concernant l'allongement du congé de paternité est pour nous une première étape clé. Au sein du Groupe, sa durée est d'ailleurs passée à six semaines minimum dans toutes nos filiales, et les efforts doivent continuer pour rendre la parentalité plus égalitaire. »

SYNTEC CONSEIL
"PASSER DE L'ÉGALITÉ FORMELLE À L'ÉGALITÉ RÉELLE"

DAVID MAHÉ

David Mahé, administrateur de Syntec Conseil

Qui sommes-nous ?
« Syntec Conseil est le syndicat professionnel représentatif des sociétés de conseil en France. Avec près de 250 entreprises membres, Syntec Conseil incarne la profession dans toutes ses dimensions et contribue activement à la réflexion autour des métiers du conseil de demain.

Lieu privilégié d'échanges, de partage d'expériences et de réflexion, Syntec Conseil rassemble des sociétés de toutes tailles qui, dans leurs spécialités, interviennent pour créer les conditions de la performance globale de leurs clients, et contribuent de manière décisive à la transformation responsable des entreprises et de la société.

Nous fédérons des expertises rares dans les domaines de la stratégie et de l'organisation, des études, du capital humain et du développement des talents, de l'engagement et de la responsabilité sociétale, de l'innovation, du digital, et de la communication. »

Pourquoi s'engager dans le *Think Tank Marie Claire pour l'Égalité* ?
« L'égalité femmes-hommes est un enjeu sociétal majeur auquel les entreprises françaises peuvent apporter une contribution positive. Notre métier de consultant fait de nous des observateurs avisés de la vie de ces entreprises, des experts des questions de management et des acteurs engagés dans les transformations. Aux côtés des décideurs publics, des médias et des parties prenantes, nous souhaitons faire avancer l'égalité au travail entre les femmes et les hommes, influencer les entreprises françaises et obtenir des progrès concrets. C'est la raison pour laquelle nous avons rejoint le *Think Tank Agir pour l'Égalité* en tant que partenaires actifs. »

L'engagement de Syntec Conseil : être exemplaire et réussir à passer de l'égalité formelle à l'égalité réelle. Notre conviction, c'est que l'égalité femmes-hommes, c'est un défi de responsabilité.

Au-delà de notre utilité auprès de nos clients, nous prenons l'engagement de travailler pour être exemplaires au sein de nos propres entreprises et auprès de nos 120 000 salarié·es, et réussir à passer d'une égalité formelle à une égalité réelle.

Au-delà de la prise de conscience et des avancées dans l'égalité de traitement, nous allons faire de l'égalité une véritable compétence managériale et développer les savoir-faire dans ce domaine.

Au-delà de la lutte systématique contre les discriminations, nous allons œuvrer pour réparer les inégalités par des actions positives et obtenir des résultats mesurables. »

ENGIE

"ET SI L'INTÉRÊT GÉNÉRAL ÉTAIT L'AFFAIRE DE TOUS ?"

ÉLISABETH RICHARD ET VALÉRIE GAUDART

Élisabeth Richard, présidente du réseau Women in Networking (Win) et Valérie Gaudart, directrice Culture et communautés d'Engie.

« Au-delà de sa stratégie zéro carbone, l'ambition d'Engie est aussi de contribuer à un monde plus harmonieux en se positionnant à l'avant de la vague en matière d'impact positif. Une dimension inscrite dans sa raison d'être. Nous avons besoin d'entreprises qui agissent pour le bien commun. C'est aussi la condition de l'attractivité d'Engie dans la durée, pour ses client·es et ses actuel·les et futur·es salarié·es et leurs communautés d'intérêt et de passions. Au cœur de ce système d'engagements et d'actions, les femmes d'Engie, véritable terreau d'innovations et de progrès.

La première communauté d'Engie : Win

Depuis douze ans, le réseau Win by Engie mobilise plus de deux mille femmes du Groupe, issues de tous les métiers et de tous les territoires (avec plus de vingt pays représentés). La communauté s'est formée en 2008, quinze jours après la fusion entre Suez et Gaz de France, et a été l'un des premiers leviers d'intégration des deux cultures. Créé pour permettre aux femmes d'exprimer les problématiques qu'elles rencontrent dans leur vie professionnelle et personnelle, le réseau Win est devenu au fil du temps une source d'innovation et de transformation pour Engie.

Un levier de mobilisation exceptionnel

En 2015, la communauté a ainsi été sollicitée pour participer à un vaste programme Business for Tomorrow sur les métiers de demain. En 2018, le réseau a mobilisé plus de deux cents femmes qui ont réfléchi ensemble lors d'un People Lab dédié au programme Imagine 2030. Pour les femmes du réseau Win, le futur est participatif et inclusif. Elles rêvent d'un monde dans lequel les notions de cohésion et de solidarité seront plus fortes qu'aujourd'hui, un monde inspiré par la nature notamment.

Par et pour les femmes

La communauté Win se mobilise aussi pour faire advenir une vraie mixité dans la société : défendre l'égalité professionnelle femmes-hommes (un objectif de 50 % de femmes managers en 2030 existe chez Engie), encourager le leadership féminin dans tous les secteurs de l'économie, soutenir les entrepreneures, développer les talents féminins notamment dans les filières techniques et scientifiques. Le réseau organise chaque année autour du 8 mars une Women's Week qui donne la parole à des pionnières dans leur domaine et s'implique aux côtés de partenaires comme la Fondation des femmes pour agir particulièrement contre les discriminations sexistes.

L'intelligence collective comme énergie

À travers nos Engie People Labs, via des évènements ouverts et fédérateurs comme la Good Galaxy, nous réunissons les entrepreneur·es sociaux·les de tous horizons pour partager et diffuser nos idées communes et réinventer le monde de demain.

L'égalité femmes-hommes est au cœur de notre engagement, c'est pourquoi nous sommes partenaires du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*. Il est, tout comme nous, positivement militant et nous permet d'échanger sur les bonnes pratiques. Il est d'autre part organisé avec efficacité et professionnalisme. Ses recommandations sociétales pour une mixité engagée rejoignent les nôtres. »

GREAT PLACE TO WORK

"LA MIXITÉ CONTRIBUE À PLUS D'INNOVATIONS ET DE PERFORMANCES"

SARAH FERRY

Sarah Ferry, directrice marketing et communication Great Place to Work France

« En 2020, 92 % des collaborateur·trices d'organisations labellisées Great Place To Work estiment qu'ils sont traité·es équitablement quel que soit leur sexe, contre seulement 65 % des salarié·es français·es en général. Pour Great Place To Work, l'inclusion est aujourd'hui d'autant plus une priorité qu'elle représente un levier d'amélioration de la qualité de vie au travail. Les salarié·es ont ainsi une meilleure expérience collaborateur dans les entreprises où les femmes occupent une partie des postes de pouvoir. La mixité contribue à faire des organisations des Great Places To Work For All innovantes et performantes – un constat corroboré par de nombreuses études.

Great Place To Work France a rejoint le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* dans le cadre de la publication de la liste Best Workplaces for Women qui, pour la première fois en France, met en lumière dix-sept entreprises où il fait bon travailler, engagées et performantes en matière d'égalité professionnelle.

Pour Jullien Brézun, directeur général de Great Place To Work, *"l'égalité professionnelle est aujourd'hui le ciment d'une démarche d'inclusion qui doit permettre aux entreprises d'avoir un impact sociétal fort, bien sûr, mais aussi de renforcer leurs performances en donnant l'opportunité à chacune et chacun de déployer son plein potentiel. C'est pourquoi nous avons à cœur de mettre en lumière des organisations qui s'engagent au quotidien, de manière très concrète. Nous espérons que cette initiative en inspirera d'autres à s'emparer du sujet !"*

Bien au-delà de la publication de cette liste, le travail collectif mené par le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* et par ses partenaires, dont Great Place To Work est fier de faire partie, est essentiel pour nourrir des propositions concrètes à destination des pouvoirs publics et des entreprises, dans l'objectif de faire progresser la parité au travail, mais aussi plus largement l'égalité femmes-hommes à tous les niveaux. À travers cette collaboration, c'est le futur du travail et de la société tout entière que nous contribuons à construire aux côtés des acteurs privés et publics, dont la complémentarité et l'engagement sincère font la force de ce think tank. »

MARCELLA BARBIERI.

PALMARÈS GREAT PLACE TO WORK DES ENTREPRISES APPLIQUANT L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Great Place To Work s'engage avec le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* et le Connecting Leaders Club pour lancer sa liste Best Workplaces for Women. Cette liste (par ordre alphabétique) a pour objectif de récompenser une vingtaine d'entreprises où il fait bon travailler pour toutes et tous. L'ensemble des entreprises qui y figurent ont déjà été distinguées par le Palmarès Best Workplaces France 2020 des entreprises où il fait bon travailler ; mais elles vont encore plus loin dans leur volonté de renforcer leur impact positif sur la société. Elles font en effet de l'égalité femmes-hommes un levier de diversité et d'inclusion pour améliorer l'expérience des collaborateurs et véritablement bâtir une « great place to work for all ».

- **ABBVIE**
- **AXA BANQUE**
- **BLEU LIBELLULE**
- **BROWN FORMAN**
- **CEACOM**
- **COLOMBUS CONSULTING**
- **CROWE FICOREC**
- **DES SYSTÈMES ET DES HOMMES**
- **DORVAL ASSET MANAGEMENT**
- **EPSA TAX**
- **GARANCE**
- **GROUPE LEBONCOIN**
- **L'OLIVIER ASSURANCE**
- **MC2I**
- **MERCEDES FINANCIAL SERVICES**
- **UTOPIES**
- **VO2 GROUP**

Agir pour renforcer l'autonomie financière des femmes

ISTOCK/LANKOGAL.

Argent : comment aider les femmes à se désinhiber et à se projeter ?

Comment entreprendre et convaincre les investisseurs ?

23 **SENSIBILISER LES BANQUES** et les fonds d'investissement pour qu'ils accordent plus de prêts aux entrepreneuses.

24 **FORMER LES FEMMES À LA LEVÉE DE FONDS** à l'école, l'université, dans les entreprises, et mieux diffuser les informations.

Comment mieux anticiper (investissement, épargne, retraite) ?

POUR L'ENTREPRISE

25 **INFORMER DÈS LE PREMIER EMPLOI** sur le fonctionnement de la retraite.

26 **FORMER LES DRH** pour qu'il·elles puissent ensuite informer les employé·es tout au long de leur carrière de leurs droits et des conséquences de leurs choix, comme par exemple le temps partiel, sur leur retraite.

27 **ACCOMPAGNER LA PROMESSE D'EMBAUCHE** d'une information sur les politiques de prévoyance et de retraite au sein de l'entreprise.

28 **ORGANISER DES JOURNÉES DE FORMATION** sur les droits à la retraite au sein de l'entreprise.

POUR LE GOUVERNEMENT
ET LES POUVOIRS PUBLICS

29 **FORMER LES ÉLU·ES LOCAUX·LES** à alerter leurs administré·es pendant leurs permanences sur les conséquences du travail au noir.

30 **INTÉGRER, AU MOMENT DE LA DÉCLARATION D'IMPÔTS** sur internet, un encart informatif sur les options de retraite complémentaires donnant droit à des réductions d'impôts.

POUR LES CORPS INTERMÉDIAIRES

31 **SENSIBILISER LES NOTAIRES ET LES AVOCAT·ES** pour qu'il·elles informent les hommes et les femmes de l'impact de leurs choix (contrat de mariage, Pacs, achat d'appartement, divorce) sur leur retraite.

POUR LE COUPLE

32 **LIMITER L'IMPACT DE LA GROSSESSE ET DE LA MATERNITÉ** sur la retraite pour les femmes, en proposant au conjoint de partager les trimestres de retraite avec sa femme.

33 **RÉAJUSTER LE STATUT DE CONJOINT COLLABORATEUR** afin de renforcer les droits de la femme.

NATIXIS

"POUR UN FUTUR PLUS INCLUSIF ET ÉGALITAIRE"

NICOLAS NAMIAS

Nicolas Namias, directeur général de Natixis

« Plus encore que d'autres secteurs d'activité, la finance est historiquement marquée par une sous-représentation des femmes dans la plupart de ses métiers, ainsi que dans ses instances dirigeantes. Personne ne peut et ne doit se satisfaire d'une telle situation.

Le combat pour une réelle égalité des chances et des opportunités, des conditions et des droits, me tient particulièrement à cœur en tant que parent, citoyen et dirigeant d'entreprise.

Au sein de Natixis, nous souhaitons construire un environnement de travail respectueux et inclusif, qui capitalise sur la diversité de ses talents et dans lequel chacun peut être entendu, valorisé et avoir un impact. Nous pensons en effet qu'une entreprise capable d'intégrer des profils variés est une entreprise qui crée plus d'intelligence, plus de bien-être et plus de valeur.

Nous avons eu la joie d'apprendre cet été que notre entreprise était la première banque du palmarès de féminisation des instances dirigeantes du SBF 120 réalisé par le secrétariat d'État chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes. Ce classement salue les progrès et les efforts réalisés pour féminiser nos cercles de leadership, favoriser l'égalité salariale et encourager la carrière des femmes.

Nous devons toutefois continuer à agir sans relâche et de façon concertée, en particulier avec le monde de l'éducation pour susciter davantage de vocations, attirer plus de femmes vers la finance, les encourager à choisir des voies réputées plus masculines. C'est pour cette raison, par exemple, que nous multiplions les initiatives chaque année avec les écoles, les universités et même les collèges pour permettre aux jeunes filles de se projeter sur nos métiers et faire évoluer les stéréotypes.

Pour aller plus loin en matière de promotion des femmes au sein de notre entreprise, nous avons lancé notre Women's sponsorship program qui permet à des talents féminins de bénéficier d'un accompagnement personnalisé de la part de nos dirigeantes et dirigeants. Nous avons également mis en place des processus de recrutement plus exigeants pour favoriser les critères de compétences plutôt que les affinités.

Enfin, en cohérence avec son engagement en faveur d'une finance durable et responsable, Natixis a choisi de soutenir la création par sa société de gestion Mirova, d'un fonds dédié à l'investissement dans des entreprises favorisant l'égalité femmes-hommes et la féminisation de leurs instances dirigeantes.

La féminisation de la finance n'est pas une option, c'est une nécessité pour assurer la performance de nos entreprises et de notre industrie. Nous sommes convaincu·es chez Natixis que c'est par une action de toutes et de tous – à commencer par les leaders – que nous parviendrons à créer un environnement inclusif, ouvert et solidaire et à accélérer la dynamique. Toutefois, l'action des entreprises, aussi ambitieuses soient-elles, ne sera jamais suffisante. Il faut donc agir collectivement et à tous les niveaux – politiques, médias, éducation, culture, entreprises, associations, mobiliser les parties prenantes, partager les bonnes pratiques. C'est la raison pour laquelle Natixis a choisi, pour la deuxième année consécutive, d'être partenaire du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité.* »

PRESSE. (X2).

AXA

"C'EST EN IMPOSANT L'ÉGALITÉ QUE NOUS CHANGERONS LES MENTALITÉS"

JACQUES DE PERETTI

Jacques de Peretti,
PDG d'AXA France

« Égalité salariale, gouvernance, qualité de vie, l'égalité femmes-hommes représente depuis de nombreuses années une priorité chez AXA. Il y a déjà une quinzaine d'années, nous affirmions notre engagement à équilibrer la représentation féminine dans l'entreprise. Cette conviction est le pilier d'une priorité devenue permanente chez AXA. Elle recouvre trois grands chantiers : le salaire, la gouvernance et les pratiques au quotidien. C'est une question de justice, d'équité mais aussi un atout pour la performance de l'entreprise. C'est pourquoi le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité,* qui permet d'échanger sur les bonnes pratiques sur ce sujet avec d'autres entreprises, nous a semblé enrichissant. L'égalité ne se fera pas les un·es contre les autres mais les un·es avec les autres. Il n'est pas suffisant de compter sur l'évolution des esprits, c'est en imposant l'égalité que l'on changera les mentalités.

Ces derniers mois ont modifié notre relation au travail avec l'instauration du travail à distance pour tou·tes. Nous avons alors réalisé l'intérêt d'avoir consacré du temps et des moyens à la culture de l'entreprise, au brassage des profils et des expériences, au recrutement de celles et ceux qui savent écouter, organiser, innover et communiquer.

Nous devons continuer à déléguer, à délivrer de la confiance, à montrer notre exemplarité, à communiquer juste. Le rôle du manager pour insuffler la dynamique et garder le cap en sort renforcé. Mais comme pour l'égalité femmes-hommes, c'est quand même bien plus simple quand on s'y est mis de longue date, avec en bonus un collectif de collaborateur·rices engagé·es. »

Agir pour l'égalité des femmes dans le domaine de la santé

ISTOCK/ENISAKSOY.

Santé : comment mettre fin aux inégalités en termes d'accès aux soins, de prévention et de parité dans les instances de santé publique ?

Comment favoriser l'égalité femmes-hommes dans les cursus d'études supérieures ?

34 **INSTAURER UN QUOTA DE FEMMES** dans chacune des promotions au sein des filières médicales et scientifiques.

35 **FAVORISER UNE PLUS GRANDE MIXITÉ DU CORPS PROFESSORAL** au sein des filières médicales et scientifiques en instaurant des quotas.

36 **METTRE EN PLACE DES MODULES ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES** sur les différences en termes de diagnostic, de pathologie et de traitement dans les études de médecine.

37 **ENCOURAGER LES SUBVENTIONS** en faveur de la médecine genrée et sexuée.

Comment encourager une meilleure prise en compte des attentes des femmes travaillant à l'hôpital ?

38 **AMÉNAGER LES HORAIRES.**

39 **INSTAURER UN CONGÉ DE PARENTALITÉ** pour les deux parents.

40 **FACILITER LA GARDE D'ENFANTS,** soit par un accès aux crèches à l'hôpital, soit via des aides financières.

Comment lutter contre le sexisme dans les instances médicales ?

41 **IMPOSER AUX ÉTABLISSEMENTS PUBLICS** l'index de l'égalité professionnelle femmes-hommes avec publication des résultats.

42 **NOMMER UN RÉFÉRENT HARCÈLEMENT** doté de pouvoirs d'investigation et de sanction dans les institutions publiques et les hôpitaux.

43 **CONDITIONNER LES SUBVENTIONS** données aux hôpitaux aux mesures de rattrapage afin de favoriser plus de parité au sein des instances dirigeantes.

44 **ORGANISER DES SÉMINAIRES** sur le sexisme et le harcèlement au sein de l'hôpital.

45 **ACCORDER DES SUBVENTIONS** aux projets de recherche comportant un nombre minimum de chercheuses.

46 **DONNER PLUS DE NOMS DE FEMMES** à des hôpitaux ou universités (médecins, chercheuses, scientifiques...).

47 **METTRE EN PLACE, POUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, DES PROTOCOLES** afin que les algorithmes ne soient pas biaisés par des stéréotypes.

SANOFI

“NOUS DÉVELOPPONS DAVANTAGE LES FEMMES SUR LES MÉTIERS QUI SONT TRADITIONNELLENMENT OCCUPÉS PAR DES HOMMES”

OLIVIER BOGILLOT

Olivier Bogillot, président de Sanofi France

Pourquoi avez-vous rejoint le *Think Tank Marie Claire Agir pour l’Égalité* ?

Nous souhaitions travailler avec un partenaire très investi, avec des leaders d’opinion très engagés ; un partenaire qui propose un programme complet sur les thèmes de l’égalité femmes-hommes. Pour une entreprise comme Sanofi, cette égalité est un sujet majeur qui s’intègre dans la culture de l’entreprise. Le *Think Tank Marie Claire Agir pour l’Égalité* fait réfléchir les entreprises entre elles, confronte les idées et contribue à l’élaboration de propositions très concrètes. Enfin, le format proposé par le Think Tank nous a permis de mettre en lumière nos talents féminins sur différents thèmes tels que la tech ou la santé.

Comment le Think Tank vous a-t-il aidé à faire progresser l’égalité femmes-hommes dans votre entreprise ?

Sanofi est déjà fortement engagé sur ce sujet, comme le montrent nos résultats lors de publication de l’index femmes-hommes de l’an dernier. Par ailleurs, un programme qui se déroule sur un an permet de prendre le temps de préparer nos interventions et de sélectionner les thèmes qui nous paraissent les plus pertinents dans notre contexte d’entreprise. Pouvoir échanger avec des leaders d’autres entreprises sur des problématiques communes et des plans d’action en vue de faire progresser l’égalité femmes-hommes nous enrichit de mesures qui seraient transposables chez Sanofi.

Quelle est pour vous la mesure la plus utile ?

Elles trouvent toutes leur utilité ! Nous sommes cependant convaincu·es que les actions qui combattent les discriminations au sens large sont essentielles. Nos entreprises doivent être le miroir de la société. Sur ces sujets, nous nous inscrivons sur le long terme : nous formons par exemple nos employé·es aux biais dans nos recrutements, nous mettons en œuvre un environnement de travail flexible, nous développons davantage les femmes sur les métiers qui sont traditionnellement occupés par des hommes, et tous nos plans de successions intègrent des femmes lorsque c’est possible. Toutes ces mesures doivent nous permettre d’atteindre nos objectifs de parité dès 2025, dans toutes les fonctions et aux niveaux hiérarchiques les plus élevés.

Quels sont les grands défis à relever ?

L’égalité est un enjeu sociétal, et l’entreprise a un rôle déterminant. Faire changer les mentalités peut parfois prendre du temps mais sera le meilleur indicateur de notre succès.

FRANCK PARISOT.

WW

"NOUS AVONS CRÉÉ UNE ALLOCATION BIEN-ÊTRE ET INSTALLÉ DES SALLES DE REPOS, DÉTENTE ET MASSAGE AU SEIN DE L'ENTREPRISE"

YANNICK HNATKOW

Yannick Hnatkow, directrice générale WW France

« Parce que WW est une entreprise de femmes, avec des équipes majoritairement féminines et qui aident des femmes – la grande majorité de nos client·es –, qui sont les inspiratrices et actrices clés des habitudes saines au sein du foyer. L'égalité femmes-hommes s'inscrit dans un combat plus global qui nous est cher et sur lequel WW est engagé : celui de la lutte contre toute forme de discrimination.

Le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, auquel nous avons précédemment participé, nous rappelle la réalité de ce déséquilibre et fait écho au partage du vécu des Françaises que nous accompagnons dans la recherche d'un mode de vie sain et équilibré, y compris en termes de diminution de la charge mentale et de meilleur équilibre de charges ménagères. Les femmes doivent pouvoir "oser penser à soi" et "prendre soin de soi", et c'est là que le rôle de WW prend tout son sens.

L'échange avec les autres expert·es sur des thématiques plus éloignées du secteur de la santé que nous connaissons bien permet de relayer de manière plus régulière et structurée les actions de WW en faveur de l'équité femmes-hommes dans nos équipes tech aux États-Unis, ou dans la mise en avant des rôles modèles féminins au sein du groupe.

Nous avons également évolué dans nos positions vis-à-vis du télétravail, des horaires flexibles durant la période si difficile du confinement pour les mères avec des enfants en âge scolaire devant assurer travail et école à distance. Mais aussi avec la mise en place d'une allocation bien-être offerte par WW pouvant être utilisée selon le libre choix du salarié à domicile et également avec l'installation de salles de repos, détente et massages au sein de l'entreprise.

Bref, oui aborder régulièrement ce sujet clé aide à faire plus de petits pas, indispensables pour une réelle progression.

L'inspiration par la mise en avant des rôles modèles féminins est capitale pour WW. Des femmes célèbres, de notre fondatrice Jean Nidetch à Oprah Winfrey. Les femmes de tête de notre entreprise, notre CEO charismatique et médiatique, ou notre Chief People Officer issue de la diversité. Ou encore des centaines de milliers de rôles modèles que sont nos membres WW, ces personnes sont nos coachs et décident de changer leur vie ou la vie de leurs membres.

Chacune prouve que toute femme qui se fixe un objectif a un pouvoir énorme, avec souvent à la base une motivation sociétale, et devient source d'inspiration en montrant le chemin à autrui. »

FRANCK RJ.

Agir pour renforcer la présence des femmes dans la tech

AXLLLL/GETTY IMAGES.

Tech : comment renforcer la présence des femmes dans la tech ?

Comment susciter les vocations et renforcer la parité ?

ÉDUCATION

48 **INSTAURER LA JOURNÉE DE L'ÉGALITÉ** dans tous les collèges et lycées, avec discussions, témoignages, interventions de femmes et d'hommes représentant chaque métier à tous les niveaux de responsabilité dans la tech.

49 **INTÉGRER DÈS L'ÉCOLE PRIMAIRE DES FORMATIONS NUMÉRIQUES** incluant du codage mais également une découverte des opportunités offertes par les métiers de la tech.

50 **FAVORISER LES INTERVENTIONS DE FEMMES** travaillant dans la tech dès le collège pour susciter des vocations et sensibiliser les chef·fes d'établissement à l'importance de la représentation de femmes travaillant dans les métiers de la tech à l'occasion des forums des métiers.

51 **COMMUNIQUER AU LYCÉE SUR LA DIVERSITÉ DES MÉTIERS** et des compétences requises pour réussir dans la tech.

52 **CRÉER DES DOUBLES FORMATIONS** à partir du lycée avec des passerelles (exemple : langues et informatique).

53 **INTÉGRER DANS TOUS LES CURSUS UNIVERSITAIRES,** y compris médicaux, juridiques, psychologiques, des modules de formation tech.

54 **CONDITIONNER LES SUBVENTIONS** aux universités scientifiques à une meilleure prise en compte de la parité, à la fois dans le corps enseignant et dans le recrutement des élèves.

ENTREPRISE

55 **PROPOSER DES FORMATIONS NUMÉRIQUES** au sein des entreprises à l'intégralité des employé·es pour favoriser des reconversions dans les métiers de la tech.

56 **PROPOSER UNE FORMATION NUMÉRIQUE** en ligne à tous les employé·es bénéficiant d'un chômage partiel.

Comment susciter les vocations et renforcer la parité ?

57 **FAIRE RÉDIGER DES OFFRES D'EMPLOIS CIBLÉES** pour les femmes par des femmes.

58 **ENCOURAGER LES DRH** de ce secteur à chercher et à valoriser des profils plus variés (avec des compétences telles que la psychologie, l'éthique, l'analyse).

59 **VÉRIFIER QUE LES BASES DE DONNÉES** utilisées par les entreprises pour l'aide au recrutement ne soient pas biaisées par des stéréotypes.

60 **DÉFINIR UNE POLITIQUE DE QUOTAS POUR L'EMBAUCHE** des femmes dans les entreprises de la tech où elles sont sous-représentées.

Comment encourager les entreprises du secteur de la tech à féminiser leurs équipes ?

61 **ALERTER LES PRESCRIPTEURS DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE** sur l'importance d'équipes mixtes.

62 **PUBLIER DES STATISTIQUES SEXUÉES** et le nombre de femmes dans les équipes de l'intelligence artificielle.

63 **CRÉER LE CONCEPT D'ÉGALITÉ BY DESIGN** dans toutes les entreprises : créer tous leurs produits, politiques et services, en se basant sur des données et des retours d'expérience de femmes.

Comment encourager les femmes à créer leur start-up (financement, formation, reconversion) ?

64 **DÉMYSTIFIER L'ENTREPRENEURIAT** et son impact sur la vie personnelle via des campagnes de communication dans les médias ou des témoignages de femmes démontrant que la maternité ou le désir de maternité ne sont pas des obstacles à la réussite professionnelle.

65 **DÉVELOPPER DES PROGRAMMES D'INTRAPRENEURIAT** au sein des grandes entreprises, avec pour cible privilégiée les femmes.

SALESFORCE

"NOUS PROPOSONS UN CONGÉ DE PATERNITÉ DE DOUZE SEMAINES EN PLUS DES CONGÉS LÉGAUX"

OLIVIER DERRIEN

Olivier Derrien, directeur général et executive vice-president Salesforce France

« La crise que nous subissons de plein fouet aura de sévères répercussions sur notre économie et notre monde. Déjà, elle agit comme un formidable révélateur des écueils de notre société. Planète au bord du gouffre, violences policières en hausse, équité sociale laissée aux oubliettes... Pourquoi ne pas, dès lors, tirer parti de la transformation profonde en train de se réaliser pour participer à la construction d'un monde nouveau, fort de bases plus éthiques, équitables et durables ?

Tel est le point de vue de Salesforce, acteur engagé en faveur d'une plus grande égalité dans l'entreprise et dans le monde, qui fait de la réduction des inégalités entre les femmes et les hommes l'un de ses principaux chevaux de bataille, et étend également son engagement à l'égalité d'accès à l'éducation et la formation, à l'égalité des droits en entreprise, à l'inclusion et à la diversité. En effet, Salesforce a la conviction que l'égalité et la diversité rendent les entreprises meilleures d'un point de vue humain, voire plus performantes. L'égalité fait d'ailleurs partie de ses valeurs fondamentales, aux côtés de la confiance, de l'innovation et du succès de ses client·es.

C'est donc naturellement que Salesforce s'est engagé pour la deuxième année consécutive au côté du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* afin de poursuivre les travaux initiés autour de nouveaux leviers et d'actions concrètes. Son objectif ? Lutter contre les discriminations et les inégalités sociales ou sociétales qui persistent entre les femmes et les hommes au sein des entreprises. Grâce à son activité avec le Think Tank et aux nombreuses sessions de réflexion qui le composent, Salesforce confronte son engagement auprès d'autres acteurs qui luttent contre les discriminations, partage ses bonnes pratiques, notamment en matière de télétravail et de congé de paternité, et s'inspire pour implémenter de nouvelles idées et chaque jour progresser. Pendant la crise, Salesforce a doté ses salarié·es d'une prime pour qu'il·elles puissent s'équiper à domicile et travailler dans les meilleures conditions possibles, et a permis à chaque employé·e de s'occuper de sa famille en priorité. Concernant le congé de paternité, alors que la ministre déléguée à l'Égalité femmes-hommes Élisabeth Moreno se prononce en faveur de son allongement à une durée d'un mois, Salesforce propose depuis plus d'un an à ses salariés de bénéficier d'un congé de paternité de 12 semaines en plus des congés légaux.

L'entreprise va même plus loin, en impliquant la notion d'égalité à l'ensemble des étapes du cycle de vie de l'employé·e dans l'entreprise, depuis le recrutement en passant par les processus de promotions et de salaires jusqu'aux sessions de formation. Le but est de rendre le parcours du salarié le plus inclusif possible ! Salesforce agit également en faveur de la réduction des inégalités femmes-hommes via un groupe de travail dédié, le "Salesforce Women's network", consacré à l'égalité entre les sexes au travail et proposant notamment des sessions de développement personnel. Enfin, Salesforce promeut l'égalité au travers de programmes de formation au numérique et de l'animation de Trailblazers, une communauté de pionnier·ères chez ses client·es et partenaires.

Salesforce est convaincu, au côté des autres partenaires du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, que les organisations ont vocation à faire bouger les lignes. En s'engageant sur cette thématique, l'entreprise prend son rôle très à cœur. En un mot : il est temps d'agir ! »

Nouveauté 2021
NOTRE PRIX TECH FOR WOMEN

Dans le cadre de son déploiement et du lancement de sa troisième édition, le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* renforce son implication et son engagement dans le secteur de la tech et innove en lançant le prix « Tech for Women ».

Le but : mettre la technologie au service des femmes, dans une quête de sens et de modernité liée à notre époque.

L'ambition : récompenser et accompagner des jeunes entreprises françaises ayant développé un projet innovant (comme une technologie ou une application), avec pour objectif d'améliorer le quotidien des femmes.

Trois catégories seront représentées : Vie privée, Vie professionnelle, Vie dans la cité.

Un jury composé de dirigeant·es de grandes entreprises et d'expert·es du secteur prendra en considération plusieurs critères qualitatifs et quantitatifs : créativité et degré d'innovation du concept, impact et valeur du projet, viabilité (CA, rentabilité, opportunités de croissance et de développement...) mais aussi la motivation et l'ambition des candidat·es.

À la clé pour les start-up primées : un dispositif d'accompagnement solide composé d'un programme de mentoring, de networking et de soutien au développement grâce à des prestations offertes par les partenaires du Think Tank, ainsi qu'une forte visibilité dans *Marie Claire* et sa plateforme digitale.

Lancée fin 2020, la première édition du Prix Tech for Women récompensera sa lauréate ou son lauréat lors de la troisième édition de l'Appel pour l'Égalité en 2021.

Agir pour une ville et des transports plus sûrs et accueillants pour les femmes

MA_RISH/ISTOCK BY GETTY IMAGES.

Villes et transports : comment les rendre plus accueillants pour les femmes ?

Comment mieux prévenir et éduquer ?

66 **METTRE EN PLACE UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION** à l'égalité femmes-hommes dans l'espace public et les transports.

67 **CRÉER UNE « JOURNÉE DE L'ÉGALITÉ »** avec témoignages, discussions, interventions de rôles modèles. Programme à destination de l'Éducation nationale et créé en partenariat avec des entreprises pendant la semaine de la diversité.

68 **RENFORCER DANS LES ÉCOLES ET LES ENTREPRISES LA MISE EN PLACE DE CAMPAGNES DE SENSIBILISATION** en partenariat avec les transporteurs et des associations qui aborderont les questions de respect, de consentement et les sanctions encourues pour harcèlement.

69 **AFFICHER LES NUMÉROS D'URGENCE EN CAS DE HARCÈLEMENT** dans l'espace public et les transports au sein des collèges, lycées, universités et entreprises, ainsi que les sanctions encourues.

70 **AMÉNAGER LES HORAIRES** des collèges et des lycées afin de limiter les engorgements dans les transports.

71 **METTRE EN PLACE DES FORMATIONS CONJOINTES** entre opérateur·rices de transports, policier·ères et magistrat·es sur la verbalisation, l'accompagnement des victimes et les sanctions. Ces formations seront dédiées à des ambassadeur·rices spécifiques et devront être renouvelées régulièrement auprès de ces dernier·ères.

72 **MAINTENIR ET RENFORCER LA FORMATION DES TÉMOINS** par le biais de l'initiative « Stand-up ».

73 **SENSIBILISER LES MARQUES SUR LE RISQUE D'HYPER-SEXUALISATION DES FEMMES** sur les affiches en particulier dans les transports publics.

Comment adapter l'environnement urbain ?

74 **INCITER LES PROMOTEURS ET ACTEUR·RICES** du foncier à promouvoir la plurifonctionnalité des quartiers afin d'éviter la multiplication de zones vides qui créent des situations d'insécurité et de violence.

75 **RENFORCER LES MODULES DE FORMATION** sur le prisme du genre dans l'enseignement de l'urbanisme et de l'architecture. L'incorporer de manière transversale dans toutes les matières du cursus universitaire.

76 **INTÉGRER SYSTÉMATIQUEMENT DANS LES CAHIERS DES CHARGES DES APPELS D'OFFRES** une clause sur l'égalité femmes-hommes.

77 **INCITER LES CONSEILS MUNICIPAUX À DONNER DES NOMS DE FEMMES** aux rues et aux nouveaux quartiers, futures gares, stations et équipements publics.

Comment aider les femmes à mieux s'approprier l'espace public et les équipements sportifs ?

78 **DÉVELOPPER LES DIAGNOSTICS PARTAGÉS** et le système des marches exploratoires avec les habitantes et les responsables de la voirie avant tous travaux.

RÉGION ÎLE-DE-FRANCE

"NOUS AVONS DOUBLÉ LE NOMBRE DE LOGEMENTS SOCIAUX POUR LES FEMMES VICTIMES DE VIOLENCES"

VALÉRIE PÉCRESSE

Valérie Pécresse
présidente de la Région
Île-de-France

« Comme nombre de femmes, j'ai dû affronter, tout au long de ma vie professionnelle et politique, le sexisme. C'est donc naturellement que je me suis engagée aux côtés du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* avec lequel je partage les mêmes objectifs de promotion, de protection et de liberté en faveur des femmes.

Au Conseil régional, dès mon arrivée j'ai promu des femmes à des postes clés et engagé une démarche de labellisation pour construire un plan d'action sur l'égalité salariale, la lutte contre les violences et les discriminations, l'encouragement des talents ou encore un meilleur équilibre de vie entre vie privée et vie professionnelle.

Nous partageons avec le Think Tank l'objectif de pouvoir contribuer à l'épanouissement des femmes et les accompagner dans leurs projets professionnels. C'est pourquoi, à l'heure où seules 27 % d'entre elles se lancent dans l'entrepreneuriat, la Région Île-de-France finance la création de crèches atypiques avec des horaires décalés ou encore les espaces de coworking. Nous encourageons également les initiatives des femmes franciliennes par l'intermédiaire d'un trophée "EllesdeFrance" qui récompense leur engagement dans plusieurs secteurs que sont l'innovation, la création, la solidarité ou encore le courage.

Un autre de mes combats est celui de la lutte contre les violences faites aux femmes. Mes services à la Région sont mobilisés pour agir au quotidien. Nous avons ainsi, par exemple, doublé le nombre de logements sociaux pour les femmes victimes, mis en place le 3117 – un numéro d'alerte pour les transports – et les arrêts de bus à la demande en soirée. Nous proposons aussi aux femmes et à leurs enfants des séjours de répit et un accompagnement juridique et social dans leur parcours judiciaire. Nous nous appuyons sur l'expertise de notre organisme le Centre Hubertine-Auclert et de l'observatoire régional des violences faites aux femmes, notamment dans les actions de prévention menées auprès des jeunes.

Par ailleurs, depuis septembre, pour les femmes en rémission de cancer du sein ou de l'utérus, nous avons mis en place une garantie immobilière solidaire qui annule leur surprime d'assurances si elles veulent emprunter pour devenir propriétaire de leur logement. Ces surprimes étaient une véritable injustice.

Enfin, la précarité menstruelle est une source d'inégalité quotidienne pour de nombreuses jeunes filles en Île-de-France. Selon l'ifopOpinion une lycéenne sur trois a recours à des serviettes hygiéniques de fortune. Certaines s'abstiennent de se rendre au lycée durant leurs règles parce qu'elles ne disposent pas de protections hygiéniques suffisantes en raison de leur coût. C'est une source d'exclusion inacceptable, c'est pourquoi nous installons cette année des distributeurs de serviettes et de tampons hygiéniques gratuits et bios dans les lycées.

Dans le cadre du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité,* avec l'ensemble des partenaires, nous mettons toute notre énergie et nos ressources pour faire respecter et promouvoir les droits des femmes. »

PRESSE (X2)

RATP

"J'AI VEILLÉ À CE QUE NOTRE COMITÉ EXÉCUTIF SOIT PARITAIRE, ET ENCOURAGÉ LE RECRUTEMENT DE FEMMES CADRES"

CATHERINE GUILLOUARD

Catherine Guillouard,
PDG du Groupe RATP

« Le Groupe RATP ne pouvait qu'adhérer au *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* tant celui-ci partage nos valeurs et nos préoccupations. Ensemble, nous voulons faire avancer l'égalité femmes-hommes, avec une conviction commune : lorsque l'égalité progresse, le mieux vivre ensemble progresse aussi et les performances même de l'entreprise s'en trouvent renforcées. En tant que dirigeante engagée sur ce sujet depuis toujours, j'ai tenu à mettre l'égalité femmes hommes au cœur des priorités de la RATP : j'ai veillé à ce que notre comité exécutif soit paritaire, et encouragé le recrutement de femmes cadres, y compris au plus haut niveau de l'entreprise.

Pour la RATP comme pour le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, l'égalité femmes-hommes passe nécessairement par une lutte résolue contre toutes les formes de harcèlement. Dans nos métros, RER ou bus, mais aussi dans nos espaces, la RATP est mobilisée pour que nos clientes se sentent en sécurité et trouvent une réponse face au phénomène de harcèlement présent dans l'espace public en général. Pour cela, elles peuvent compter sur nos 5300 agent·es présent·es sur le terrain et nos 1000 agent·es en charge de la sécurité sur les réseaux, qui s'appuient sur un maillage de 50000 caméras de surveillance. La lutte contre le harcèlement repose également sur un numéro d'alerte, le 3117, actif 24 heures sur 24, que nous partageons avec la SNCF. Au sein du Groupe RATP, j'ai demandé à tous les personnels d'encadrement d'appliquer la tolérance zéro contre le harcèlement, mais aussi contre les propos et agissements sexistes.

Pour nous accompagner dans la mise en œuvre de toutes ces actions, l'aide du Think Tank a été précieuse. Pour ne prendre qu'un exemple, notre entreprise a tiré le plus grand profit du webinar organisé le 9 juillet dernier. Autour de questions toujours pertinentes – Comment réinventer un espace public plus égalitaire et plus sécurisant pour les femmes ? Comment lutter contre le harcèlement dans les transports ? – ce rendez-vous nous a donné l'occasion de réaffirmer notre engagement et de présenter nos dernières initiatives, comme notre projet d'outil digital pour le copiétonnage dans les transports.

Dans le domaine des transports publics comme dans l'ensemble de notre société, ce sont les mentalités qui doivent évoluer vers plus d'égalité entre femmes et hommes. Face à ce défi, qui compte parmi les plus importants des années à venir, la RATP est fière et heureuse de pouvoir compter sur des acteurs comme le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*. »

TRANSDEV
"LES FEMMES, ACTRICES DE LA MOBILITÉ DE DEMAIN"

THIERRY MALLET

Thierry Mallet,
PDG de Transdev

Les femmes investissent, toujours plus, l'ensemble des secteurs professionnels et on ne peut que s'en féliciter. Les métiers des transports en commun ne peuvent y déroger et nous devons collectivement y contribuer. La mobilité de demain devra se faire avec et pour les femmes.

« Les métiers des transports en commun ont longtemps été considérés comme réservés aux hommes bien qu'au service de voyageur·ses en majorité féminine. 60 % des voyageurs sont des femmes alors qu'elles ne représentent que 25 % du personnel chez les opérateurs de transport.

La gestion de ces déplacements, parfois complexes, incombe généralement aux femmes : amener les enfants à l'école, se rendre aux activités ou à son travail. Ce sont elles qui doivent le plus souvent faire face aux problématiques d'accessibilité et mettre en place des stratégies d'évitement pour diminuer le sentiment d'insécurité et les risques d'agression lors de ces trajets. Selon la Fédération nationale des usagers des transports en commun, 87 % des femmes ont déjà été harcelées dans les transports en commun, en 2019.

La mobilité concourt à l'émancipation et l'autonomie de toutes et de tous. La féminisation de ces métiers est par conséquent cruciale. Tendre vers la mixité à tous les niveaux hiérarchiques est un levier nécessaire pour engendrer une dynamique vertueuse en faveur d'une mobilité durable et inclusive.

Les études montrent qu'une entreprise, au sein de laquelle le talent sans discrimination est récompensé, surperformera vis-à-vis de ses concurrents. Promouvoir la place des femmes dans un univers d'hommes contribue à confronter les regards aux bénéfices de l'entreprise et des voyageurs.

Au sein de Transdev, de nombreux dispositifs sont mis en place pour répondre à cet enjeu, tel que l'index d'égalité salariale qui affiche aujourd'hui le score élevé de 96/100. Ces douze derniers mois, 50 % de nos recrutements de dirigeants sont des femmes. Aux États-Unis ou encore en Suède, ce sont des femmes qui dirigent notre réseau.

En concertation avec les collectivités, les autorités organisatrices et les associations, des initiatives portées par nos collaboratrices sont également déployées (diagnostic partagé, panel de voyageuses), comme à Grenoble et à Rouen. Ce sont des femmes au service d'autres femmes, comprenant les problématiques des client·es qu'elles transportent.

Alors que les considérations environnementales se font de plus en plus prégnantes et transversales, assurer un service de transports en commun efficient, sécurisant et accessible à toutes et tous est un enjeu collectif. Les 85 000 collaboratrices et collaborateurs de Transdev sont mobilisé·es pour y répondre. Agir pour l'Égalité, en étant partenaire du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, est une évidence pour Transdev. Les femmes sont et doivent être les actrices incontournables de la mobilité de demain. Transdev entend jouer son rôle d'acteur structurant de l'espace public en donnant la possibilité aux femmes de l'investir. »

JULIEN LUTT.

CONSEIL NATIONAL DES BARREAUX

"NOUS AVONS ALLONGÉ LA DURÉE DES CONGÉS DE MATERNITÉ ET DE PATERNITÉ AU SEIN DE NOTRE PROFESSION"

CHRISTIANE FÉRAL-SCHUHL

Christiane Féral-Schuhl, présidente du Conseil national des barreaux

« La lutte contre les discriminations est au cœur des combats de notre profession. On se souvient du combat que Gisèle Halimi a mené en 1981 pour la dépénalisation de l'homosexualité. Les avocat·es ont souvent initié des luttes contre les inégalités, n'hésitant pas à porter leurs combats sur la scène publique et internationale.

Aujourd'hui, 56 % des avocats sont des avocates. Et pourtant, les inégalités entre hommes et femmes perdurent. Le Conseil national des barreaux (CNB) est intervenu à plusieurs reprises : en modifiant l'article 1 de notre règlement intérieur national, pour y inclure le principe d'égalité et de non-discrimination. Nous sommes également intervenus pour allonger la durée des congés de maternité et de paternité au sein de notre profession. Nous avons mis en place un "référent harcèlement/discrimination" dans les barreaux. Enfin, en sollicitant et en obtenant une place au Haut conseil de l'égalité où siège désormais Matthieu Dulucq, élu du bureau du CNB.

Nous restons vigilant·es. Par exemple, nous avons lancé une enquête sur les discriminations et le harcèlement auprès des élèves avocates.

Par ailleurs, depuis 2018, le CNB célèbre chaque année la journée internationale des droits des femmes. L'objectif ? Sensibiliser tou·tes les avocat·es en les invitant à briser le plafond de verre que peuvent rencontrer certaines consœurs (2018), en valorisant certains exemples, comme celui de l'Éthiopie, qui a installé pour la première fois de son histoire un gouvernement paritaire et une femme présidente de la République (2019), et en encourageant les femmes à investir des domaines comme l'intelligence artificielle qui préfigure le monde de demain (2020).

Oui, la bataille pour l'égalité est au cœur des préoccupations de notre institution nationale. Mais nous savons que nous ne gagnerons pas seuls. C'est pourquoi nous avons intégré le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*. Pour élargir nos réflexions à de nouveaux domaines et pour associer, aussi, de nouveaux acteur·rices à nos échanges. L'égalité fait partie de nos travaux, réflexions et propositions portées par le groupe d'engagement du G7 avocats, qui a tenu sa première réunion en juillet 2019.

Il nous reste encore de nombreux défis à relever tous et toutes ensemble : les femmes ont toute leur place dans la société. Nous sommes convaincu·es que le droit peut nous donner les moyens d'y arriver, à l'instar de la mise en place de quotas de femmes dans les conseils d'administration instaurés par la loi Copé-Zimmermann.

Les avocat·es continueront donc à être présent·es partout, toujours, le temps qu'il faudra et où cela sera nécessaire pour défendre et faire avancer l'égalité. »

BRIAN DU HALGOUËT.

Agir pour mieux répartir les tâches ménagères, accompagner les parents âgés, aider les aidant·es familiaux·les

ADA YOKOTA/GETTY IMAGES.

Care : comment lutter contre les stéréotypes, accompagner le vieillissement des parents et améliorer la situation des aidant·es familiaux·ales ?

Comment modifier la perception des tâches ménagères ?

ÉDUCATION NATIONALE

79 **DÉGENRER DÈS LA MATERNELLE LES ACTIVITÉS** en proposant aux garçons et aux filles des ateliers couture, cuisine, nettoyage.

80 **FAIRE APPARAÎTRE DES RÔLES MODÈLES MIXTES** sur toutes les activités dans les manuels scolaires et intégrer des exemples de vie liées au care.

81 **SENSIBILISER LES CONSEILLERS D'ORIENTATION SUR LES OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE** dans le care pour les garçons.

RÔLE DES FAMILLES

82 **INTÉGRER DANS LE CARNET DE SANTÉ** des recommandations sur l'importance de l'égalité dans l'éducation.

83 **RAPPELER LES RÈGLES D'ÉGALITÉ** dans le livret de famille et dans le discours prononcé par les maires au moment des cérémonies de mariage.

84 **INTÉGRER DANS LE CARNET DE SANTÉ** des visites trimestrielles obligatoires en présence des parents.

RÔLE DES MÉDIAS

85 **SENSIBILISER LES ANNONCEURS** à la mixité dans les représentations des tâches ménagères.

RÉPARTITION DES TÂCHES
DANS LE COUPLE ET LES FAMILLES

86 **FAVORISER LA PRISE DE CONGÉ DE PATERNITÉ** pour encourager les hommes à maîtriser les compétences des tâches ménagères et l'éducation des enfants.

Comment accompagner le vieillissement des parents et financer la dépendance?

Le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* soutient les propositions et priorités du rapport Libault sur la concertation Grand âge et autonomie.

MUNICIPALITÉS

87 **CRÉER DANS LES MAIRIES, SUR TOUT LE TERRITOIRE, UN GUICHET UNIQUE** « Maison des aînés et des aidants », qui répondrait aux questions concernant les démarches d'accompagnement de la dépendance.

NOUVELLES TECHNOLOGIES
ET LIEN INTERGÉNÉRATIONNEL

88 **PROMOUVOIR LE PARTAGE ET LE LIEN INTERGÉNÉRATIONNEL** entre enfants, jeunes et personnes âgées en installant crèches et écoles à proximité des Ehpad.

89 **POUR RÉDUIRE LA FRACTURE NUMÉRIQUE, ENCOURAGER LES ÉCOLES ET LES UNIVERSITÉS** à proposer aux élèves de donner des cours d'informatique à des personnes âgées.

90 **CRÉER DES CONCOURS ET HACKATHONS** pour encourager la tech à développer des applis ou des outils :
▪ Pour « matcher » étudiants et personnes âgées en fonction de leurs centres d'intérêts et de loisirs en commun.
▪ Pour faciliter la vie des personnes âgées (organisation des soins infirmiers, portage de repas, aides aux démarches administratives, programmation de rendez-vous...).

91 **DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR LA COLOCATION INTERGÉNÉRATIONNELLE** grâce à la communication des régions, mairies et universités/écoles supérieures.

92 **CRÉER UN SYSTÈME D'APPEL TÉLÉPHONIQUE RÉGULIER** assuré par les mairies ou la police municipale pour les personnes âgées qui le souhaitent.

Comment accompagner le vieillissement des parents et financer la dépendance?

COMMUNICATION DES INITIATIVES

93 **INTÉGRER DANS LE SERVICE CIVIQUE** des modules d'activité avec les personnes âgées.

94 **RENFORCER L'INFORMATION SUR LES AIDES** dédiées aux personnes âgées dépendantes et leurs familles avec des campagnes gouvernementales à la télévision diffusées aux heures les plus regardées par elles.

SANTÉ

95 **PROPOSER AUX SALARIÉ·ES DES ENTREPRISES UNE VISITE MÉDICALE** dans les six mois précédant leur départ à la retraite, avec un bilan de santé et des conseils pour préparer leur retraite.

96 **DEMANDER À LA LA SÉCURITÉ SOCIALE DE PROPOSER UNE CONSULTATION GRATUITE,** dans un souci de prévention, avec un gériatre tous les cinq ans à partir de 75 ans. Ces visites pourraient donner lieu à une prise en charge par le ministère du Logement du coût de l'adaptation du domicile si nécessaire.

Comment améliorer la situation des aidant·es familiaux·les ?

Le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* soutient les propositions d'APF France handicap.

97 **OCTROYER AUX AIDANT·ES FAMILIAUX·LES** un droit au répit mensuel qui leur permettrait d'être remplacé·es pendant quelques heures par des auxiliaires rémunéré·es par l'État.

98 **INTÉGRER DANS LES FORMATIONS CPF** des entreprises des formations spécifiques pour les aidant·es afin de les aider à gérer au mieux ce rôle.

99 **INTÉGRER DANS LA PENSION DE RETRAITE** des aidant·es le temps passé auprès de leurs proches.

100 **LEUR PROPOSER UN BILAN DE SANTÉ** tous les deux ans pris en charge à 100 %.

OUI CARE

ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES : “LE JOUR OÙ… NOUS N’AURONS PLUS BESOIN DE CE THINK TANK”

GUILLAUME RICHARD

Guillaume Richard,
PDG fondateur du groupe
Oui Care

« Pourquoi tout ne pourrait pas être affaire de compétence seulement ? Pourquoi le genre devrait-il avoir une importance ? Pourquoi le regard posé sur un homme en entreprise est-il différent de celui posé sur une femme ?

Je rêve d’un jour où ces questions ne se poseront plus, un jour où les femmes et les hommes auront les mêmes opportunités et les mêmes chances d’atteindre leurs rêves. Mais ce jour n’est pas encore là.

Bien sûr, le temps n’est plus, en tout cas en France, à la validation masculine pour l’ouverture d’un compte en banque ou le choix d’un métier. Et pourtant, mon expérience de chef d’entreprise me l’a malheureusement prouvé : il y a un comportement “féminin” et un comportement “masculin” dans le monde professionnel. Voici quelques années, alors que j’étais à la recherche d’un·e directeur·rice commercial·e, j’ai demandé à mon équipe RH de lancer le recrutement. À ma demande, ils rédigent l’annonce avec l’intitulé de poste suivant : Directrice/directeur commercial(e). Beaucoup de candidatures, à plus de 90 % masculines. Je demande à l’équipe de modifier le libellé du poste. Missions et rémunérations sont strictement identiques, seul l’intitulé du poste devient : Responsable commerciale. Beaucoup de candidatures à nouveau, mais cette fois-ci très majoritairement féminines. Dont acte.

De même, plus de 60 % de mes franchisé·es sont des hommes quand plus de 90 % de mes responsables d’agences sont des femmes. Pourtant, le métier est le même. La seule grande différence est le statut : salarié pour les responsables d’agences, entrepreneur pour les franchisés. Dont acte à nouveau.
Beaucoup d’autres exemples, comme cette collaboratrice à qui je demande ses prétentions d’augmentation et qui me répond : *“Mon mari est très bien payé.”*

On peut passer du temps à chercher la cause de tout cela, beaucoup de sociologues le font très bien. On peut aussi choisir de lutter, chacun à son niveau, au sein de son entreprise mais aussi vis-à-vis de ses proches. Chez Oui Care et au cœur de toutes les entreprises du groupe, l’égalité femmes-hommes est un principe de base, auquel nous sommes attentif·ves à chaque instant. Le Fonds de solidarité Oui Care, dédié à la lutte contre les violences faites aux femmes et à l’égalité femmes-hommes, déploie ses actions de sensibilisation et d’aide auprès des 18 000 collaborateur·rices du groupe mais aussi du grand public. La participation au *Think Tank Marie Claire Agir pour l’Égalité* nous permet de diffuser ces engagements auprès d’autres acteur·rices de la société et de nous rassembler pour être plus fort·es.

Alors oui, le jour où ce sujet n’en sera plus un n’est pas encore venu. Il nous faut donc nous armer de patience et surtout garder confiance et agir : les regards et les stéréotypes peuvent changer. Doivent changer. Sans opposer hommes et femmes. Sans nier ou gommer les différences. Mais en les acceptant et en valorisant les complémentarités. À nous de poursuivre nos engagements pour qu’un jour, enfin, ce Think Tank n’ait plus besoin d’exister ! »

PRESSE (X2).

OUI CARE
"IL FAUT POURSUIVRE LE TRAVAIL ET NE PAS RELÂCHER L'EFFORT"

VIRGINIE CALMELS

Virginie Calmels, présidente du Conseil stratégique du Groupe Oui Care et présidente d'honneur du Fonds de solidarité Oui Care

« Le Fonds de solidarité Oui Care a été créé en 2017 par Guillaume Richard, PDG du groupe Oui Care, n° 1 français des services à domicile. Le choix de dédier ce Fonds à la lutte contre les violences faites aux femmes et contre les inégalités femmes-hommes ne doit rien au hasard. Au sein des onze marques du groupe, ce ne sont pas moins de 18 000 salarié·es, dont 94 % de femmes, qui œuvrent au quotidien pour le bien-être des client·es. Nous savons donc le quotidien qu'elles vivent.
Compte tenu des valeurs et des actions que nous portons quotidiennement au sein du Fonds de solidarité Oui Care, c'était une évidence de participer à ce Think Tank dédié à la question de l'égalité. Cela nous a permis d'apporter notre expérience sur des sujets tels que l'émancipation des femmes et la lutte contre les violences qu'elles subissent grâce à l'autonomie financière, leur rôle dans les métiers du care, la charge mentale qui pèse encore sur elles au sein des foyers, mais également de nous enrichir des expériences des autres participant·es.
Chaque sujet traité revêtait une importance particulière et les propositions qui y ont été formulées représentent une véritable avancée en faveur des femmes et de l'égalité.

Les grands défis ne manquent pas, nous le savons. Il y a eu de nombreuses avancées pour les femmes grâce aux combats menés par de grandes femmes. Mais il faut poursuivre le travail et ne pas relâcher l'effort. L'une des grandes figures de la défense des femmes, Gisèle Halimi, disait encore récemment, après des dizaines d'années de combat : *"Je dis aux femmes trois choses. Votre indépendance économique est la clé de votre libération. Ne laissez rien passer dans les gestes, le langage, les situations qui attentent à votre dignité. Ne vous résignez jamais !"* C'était vrai hier quand elle a commencé son combat, ça l'est toujours aujourd'hui et le sera encore plus demain. Je crois que c'est le sens des propositions que doit porter le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*. »

Agir pour lutter contre les stéréotypes dans la culture et les médias

VECTORMINE/ISTOCK BY GETTY IMAGES.

UNION DES MARQUES

"FAVORISER LA PRISE DE CONSCIENCE DES REPRÉSENTATIONS STÉRÉOTYPÉES QUE NOUS VÉHICULONS PARFOIS MALGRÉ NOUS"

LAURA BOULET

Laura Boulet,
directrice générale adjointe
de l'Union des Marques

Pourquoi avez-vous rejoint le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* ?

L'Union des Marques est partenaire du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* afin de promouvoir les valeurs communes de nos démarches respectives et en particulier la nécessité de lutter contre les représentations stéréotypées qui freinent la progression vers plus d'égalité. Il faut joindre nos forces, jouer collectif pour s'enrichir mutuellement et progresser tous ensemble.

Comment le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* vous a-t-il aidé à faire progresser l'égalité femmes-hommes dans votre entreprise ?

La variété et la profondeur des contenus thématiques abordés par le Think Tank sont une importante source d'inspiration pour travailler avec les entreprises membres de l'Union des marques, au-delà de nos travaux sur la lutte contre les stéréotypes dans les communications portée dans le cadre de notre programme « FAIRe ».

Quelle est pour vous la mesure qui vous a semblé le plus utile ?

L'étude sur la représentation des femmes dans les médias et la publicité, que nous avons menée conjointement et qui sera présentée lors de l'appel de l'égalité, est très utile pour favoriser la prise de conscience des représentations stéréotypées que nous véhiculons parfois malgré nous. C'est la première étape pour faire bouger les lignes. De ce point de vue, le secteur de la communication a progressé à grande vitesse depuis ces trois dernières années grâce à la mise en place d'outils élaborés par les acteur·rices du secteur, dont l'Union des Marques, comme par exemple une grille de détection des stéréotypes.

Quels sont les grands défis à relever ?

La lutte contre les stéréotypes joue un rôle important mais l'indépendance financière, l'égalité des rémunérations, le partage des tâches familiales et surtout l'éducation de la jeunesse restent les sujets clés et les plus grands défis à relever ensemble.

Quelle perception les femmes ont-elles de leur image dans la publicité, les films, les séries, les médias ?

Synthèse des résultats de l'enquête exclusive de l'Union des Marques et *Marie Claire* auprès d'un échantillon de 1578 femmes de 15 ans et plus.

62 % DES INTERVIEWÉES sont peu ou pas du tout satisfaites de leur représentation. Ce sont les moins de 35 ans (73 %) et les femmes CSP+ (67 %) qui sont les plus insatisfaites.
46 % DES FEMMES considèrent que cette image a évolué positivement au cours des dernières années.
9 FEMMES SUR 10 ne se reconnaissent pas dans l'image renvoyée par la publicité, les médias, les films et les séries.
LES TROIS PRINCIPAUX ASPECTS qui freinent l'identification sont une représentation trop sexualisée (95 %), trop stéréotypée (95 %) et trop éloignée de la diversité des femmes (90 %).
LES FEMMES CONSIDÈRENT AUSSI qu'elles sont insuffisamment représentées dans la vie professionnelle et souvent dans des fonctions peu valorisantes. Et qu'en revanche, elles sont trop souvent montrées en train d'effectuer des tâches ménagères.
DANS LES MÉDIAS, elles regrettent qu'il y ait trop peu d'expertes économiques, scientifiques, politiques et sportives.

Enfin, lorsqu'on les interroge sur la représentation des femmes dans les publicités, et plus spécifiquement sur les représentations qui les incitent à préférer un produit ou une marque, les résultats sont unanimes quel que soit le secteur de l'économie concerné.

En effet, elles souhaitent voir des femmes de toutes origines, souriantes et épanouies, dynamiques, avec des personnalités affirmées et qui ont confiance en elles.

Les caractéristiques physiques comme la minceur, la jeunesse, la beauté se révèlent ainsi beaucoup moins incitatives, et cela y compris pour les secteurs de la mode, de la beauté et du luxe. À noter : les jeunes femmes sont encore plus sensibles que leurs aînées à la représentation de la diversité dans les publicités.

Programme de la 3e édition 2020-2021

COMMENT FAIRE DE L'ÉGALITÉ UNE PRIORITÉ ?

VIE PRIVÉE

VIOLENCES FAITES AUX FEMMES

• Comment lutter contre le sexisme ordinaire dans la ville et les transports ?
• Quelles valeurs inculquer pour faire de l'équilibre entre les sexes une réalité ?
• Comment aider les femmes victimes de violences conjugales et briser la loi du silence autour de ce fléau ?

SEXUALITÉ

• Comment favoriser une sexualité plus respectueuse et libérée ?
• Comment lutter contre la pornographie chez les jeunes ?
• Comment faire pour que la contraception ne soit plus la seule affaire des femmes ?

VIE PROFESSIONNELLE

LE RÔLE DU LEADERSHIP : QUEL LEADERSHIP POUR DEMAIN ?

• Comment briser le plafond de verre auquel se heurtent encore les femmes managers et les hauts potentiels issus de la diversité ?
• Comment aider les femmes à développer leur leadership et affirmer leur ambition ?
• Comment construire une culture de l'égalité et de l'inclusion au sein des entreprises ?

LES NOUVELLES COMPÉTENCES DANS LE MONDE DU TRAVAIL : COMMENT S'Y PRÉPARER ET COMMENT LES VALORISER ?

• Comment dégenrer les emplois, déconstruire les stéréotypes et susciter des vocations pour des métiers traditionnellement considérés comme masculins (finance, énergie, bâtiment, automobile, etc.) ?
• Comment aider à la reconversion, accéder à la formation continue à tout âge et à tout niveau de diplôme, et changer de voie ?
• Comment lutter contre les discriminations liées à l'âge et retrouver du travail après 50 ans ?
• Comment renforcer les échanges intergénérationnels dans la sphère professionnelle ?

VIE DANS LA CITÉ

LES FEMMES ET L'ENVIRONNEMENT

• Les femmes étant premières victimes du changement climatique, comment doivent-elles s'emparer de cet enjeu et intégrer les filières de l'énergie et du transport ?
• Consommation, énergie : comment les femmes peuvent-elles contribuer à une meilleure prise en compte des enjeux du développement durable ?

QUEL LEADERSHIP POLITIQUE POUR LES FEMMES ?

• Comment concilier vie personnelle, vie professionnelle et engagements politiques et citoyens ?
• En quoi le combat en faveur de l'égalité femmes-hommes peut-il aider à favoriser une société plus inclusive ?
• Le rôle des réseaux de femmes.

SPORT ET ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

• Quel rôle pour le sport dans l'égalité femmes-hommes ?
• Comment lutter contre les inégalités dans le sport : visibilité, salaires, lutte contre le harcèlement sexuel, leadership dans les fédérations, sponsoring... ?

Remerciements
À NOS PARTENAIRES

AXA FRANCE Jacques de Peretti, PDG. Aude De Vorges, responsable communication externe du PDG et du directeur de la communication de la marque et de la RSE. Valérie Leselbaum Stepler, directrice relations médias, influence et réputation.

CONSEIL NATIONAL DES BARREAUX Christiane Féral-Schuhl, présidente. Coraline Vastra, responsable communication éditoriale . Aminata Niakate, avocate au barreau de Paris et présidente de la commission égalité.

ENGIE Gwenaelle Avice-Huet, directrice générale adjointe et CEO Engie USA. Valérie Gaudart, directrice culture et communautés. Élisabeth Richard, présidente du réseau Women in Networking (WIN).

GREAT PLACE TO WORK Jullien Brezun, directeur général.

L'ORÉAL Jean-Claude Legrand, directeur du développement international des ressources humaines et directeur corporate diversité. Anne-Laure Thomas Briand, directrice diversité et inclusion France. Margaret Johnston-Clarke, responsable diversité et inclusion international.

NATIXIS Nicolas Namias, directeur général. Cécile Tricon Bossard, directrice des ressources humaines. Benoît Gausseron, directeur de la communication. Sabine L'Affeter, responsable communication ressources humaines.

OUI CARE Guillaume Richard, président et fondateur. Virginie Calmels, présidente du Conseil stratégique et présidente d'honneur du Fonds de solidarité Oui Care. Constance Wiblé, directrice communication. Julie Delpech, chargée de communication et déléguée générale du fonds de solidarité. Corinne Darbellay, chargée des relations presse.

RATP Catherine Guillouard, présidente. Anaïs Lançon, directrice de la communication et de marque. Murielle Dubois, Programme diversité et RATP au féminin. Sandrine Charnoz, cheffe de projet lutte contre le harcèlement sexuel dans les transports.

RÉGION ÎLE-DE-FRANCE Valérie Pécresse, présidente de la Région Île-de-France. Anne-Claire Tyssandier, directrice de cabinet adjointe. Perrine Danmanville, directrice de la communication. Marie-Pierre Badré, conseillère régionale déléguée spéciale auprès de la présidente sur l'égalité femmes-hommes.

SALESFORCE Olivier Derrien, directeur général et vice-président exécutif. Véronique Marimon, directrice Employee Success. Julie Robin, senior manager Government Affairs and Public Policy France. Guillaume Tourres, responsable relations publiques et communication France.

SANOFI Olivier Bogillot, président Sanofi France. Arnaud Robert, directeur de la stratégie digitale. Corinne Lecoustey, Chief of Staff President France. Laëtitia Bolloni, Head of Global Alliance Management Portfolio Projects. Yong Kim, directrice de recherche clinique R&D. Isabelle Vitali, directrice du centre d'innovation digitale.

SYNTEC CONSEIL David Mahé, administrateur. Louisa Renoux, Partner PwC.

TRANSDEV Thierry Mallet, PDG. Pascale Giet, directrice de la communication.

UNION DES MARQUES Jean-Luc Chetrit, directeur général. Laura Boulet, directrice générale adjointe. Hanaé Bisquert, responsable affaires publiques & RSE.

VIVATECH Julie Ranty, directrice générale.

WW Yannick Hnatkow, directrice générale. Judith Samama, directrice des ressources humaines.

Remerciements À NOTRE COMITÉ SCIENTIFIQUE

PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE

PRISCILLA ANDRIEU, présidente Sciences-Po au féminin.
LAURENT DEPOND, président du comité diversité Medef.
LUC FRÉMIOT, magistrat.
CLAIRE GIBAULT, cheffe d'orchestre et membre du Conseil économique, social et environnemental.
BRIGITTE GRÉSY, secrétaire générale au Conseil supérieur de l'Égalité professionnelle femmes-hommes.
VÉRONIQUE HACHÉ, experte mobilité durable et économiste des transports, ministère de la Transition économique et solidaire.
GHADA HATEM, gynécologue-obstétricienne, fondatrice de la Maison des femmes.
ISABELLE HUAULT, présidente de l'université Paris-Dauphine.
CLAUDINE JUNIEN, professeur de génétique à l'Académie de médecine.
EMMANUELLE LARROQUE, présidente, Social Builder.
GILLES LAZIMI, membre du Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes.
CORINNE LUXEMBOURG, maîtresse de conférences habilitée à diriger des recherches en géographie à l'ENSA Paris-La Villette.
STÉPHANE MANZO-SILBERMAN, cardiologue à l'hôpital Lariboisière AP-HP.
RADU MIHAILEANU, réalisateur et scénariste, président de Oï Oï Oï Production.
CLAIRE MOUNIER-VEHIER, cardiologue et cheffe du service de médecine vasculaire et hypertension artérielle à l'institut Cœur Poumon, CHRU de Lille.
SYLVIE PIERRE-BROSSOLETTE, membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel.
NATHALIE RAPOPORT-HUBSCHMAN, directrice scientifique Rencontres perspectives formations.
DELPHINE REMY-BOUTANG, CEO The Bureau & Journée de la Femme digitale, présidente GEN France.
AXELLE TESSANDIER, fondatrice AXL Agency.
OLGA TROSTIANSKY, fondatrice du Laboratoire de l'égalité.
BENJAMIN ZIMMER, cofondateur et CEO Silver Alliance.

Le Livre blanc du THINK TANK MARIE CLAIRE AGIR POUR L'ÉGALITÉ
est un livret gratuit édité par Marie Claire Album SAS
10, bd des Frère-Voisin, 92130 Issy-les-Moulineaux – 552 062 770 RCS Nanterre
Achevé d'imprimer par Dupli-Print, à Domont (95), en septembre 2020.
Distribution gratuite à l'occasion du Think Tank Marie Claire.
du 16 septembre 2020.
Président & directeur de la publication : Arnaud de Contades.
Éditrice : Gwenaëlle Thebault.

Livret gratuit – Ne peut être vendu – Ne pas jeter sur la voie publique

THINK TANK marie claire
AGIR POUR L'ÉGALITÉ

POWERED BY CONNECTING LEADERS CLUB

salesforce

O2

FONDS DE SOLIDARITÉ ouicare

AXA

NATIXIS BEYOND BANKING

SANOFI

GROUPE RATP

ENGIE

CONSEIL NATIONAL DES BARREAUX LES AVOCATS

îledeFrance

WW

transdev the mobility company

synteConseil

L'ORÉAL

union des marques

Great Place To Work.

marie claire

CONNECTING LEADERS CLUB