



— SUR LE TERRAIN —

MIXITÉ

LENOVO SE DISTINGUE PAR LA PLACE FAITE AUX FEMMES

Exception dans le monde de la tech, la multinationale d'origine chinoise Lenovo compte plus d'un tiers de femmes dans ses effectifs. Une question de culture d'entreprise, certes, mais aussi d'efforts permanents pour féminiser les effectifs.

La multinationale d'origine chinoise Lenovo, qui s'est rendue célèbre en rachetant, en 2005, les activités de PC de l'Américain IBM, fait figure d'exception dans la tech, puisqu'elle compte, en particulier en Chine, de nombreuses femmes à tous les échelons de l'organisation. À l'échelle mondiale, la proportion est même passée de 34 % en 2005 à 36,2 % aujourd'hui. « Ce qui veut dire que le manque de femmes dans la tech n'est pas une fatalité, souligne Catherine Ladousse, directrice exécutive de la communication pour l'Europe et le Moyen-Orient, et par ailleurs cofondatrice et présidente du Cercle InterElles. *Les jeunes filles, que l'on dit peu enclines à faire des études techniques ou à entrer dans ce secteur, peuvent donc s'y intéresser.* »

Mais pas question, pour Lenovo, de se reposer sur ses lauriers puisque, même si la part des femmes est 10 points au-dessus de la moyenne du secteur, elle

n'atteint pas encore les 50 %. Si, à la parité, la société préfère la notion de mixité, elle a pris un ensemble de mesures pour accroître la présence féminine. Au-delà d'une participation forte au Women's Forum, qui s'est récemment tenu à Paris, comme pièce d'un grand puzzle de communication et d'efforts de visibilité auprès du public, Lenovo a aussi mis en place des réseaux internes de femmes, des formations contre le sexisme ordinaire dans l'entreprise et des processus de repérage puis de formation au leadership des talents féminins, assorti de mentoring. « Nous sélectionnons 50 femmes – non exécutives – par an au niveau mondial et nous leur proposons du mentoring pendant un an. En outre, elles travaillent ensemble sur des projets business et font, in fine, une présentation au comité de direction, l'objectif étant qu'elles deviennent cadres dirigeantes. La moitié d'entre elles obtiennent ce statut dès l'année suivante, signe que le dispositif fonctionne », précise Catherine Ladousse. Cette initiative joue également un rôle essentiel en matière de rétention des talents.

La multinationale s'est fixé des objectifs, au niveau mondial, de 20 % de femmes cadres dirigeantes en 2020, contre 18,5 % actuellement. Et Lenovo ne s'intéresse pas qu'aux top managers. Elle tente aussi de susciter des vocations chez les jeunes filles, puis de les retenir une fois recrutées. Elle soutient de nombreuses actions dans les écoles, un peu partout dans le monde et notamment en France



Catherine Ladousse, directrice exécutive de la communication pour l'Europe et le Moyen-Orient.

– en particulier via le partenariat avec le Cercle InterElles en collaboration avec l'association Femmes Ingénieurs – et en Italie, pour rendre la tech visible – et attrayante – et montrer que filles comme garçons peuvent y faire carrière; congés maternité et paternité généreux sont autant de recettes.

MANAGER DIVERSITÉ DE L'ANNÉE

Autre initiative, la compétition organisée l'an dernier entre managers pour obtenir le prix « manager diversité de l'année ». « Si le concept est plus large que l'équilibre des genres et la promotion des talents

féminins, il est néanmoins largement axé sur cet enjeu », précise Catherine Ladousse. « La participation, volontaire, nous a d'abord permis d'évaluer le niveau d'intérêt des encadrants », souligne de son côté Marine Rabeyrin, responsable du développement des ventes aux grands comptes chez Lenovo EMEA et cheffe de file du réseau diversité de la filiale française. « Environ 30 % des managers se sont portés candidats pour cette compétition, ce qui nous a paru un bon début pour un exercice qui visait à détailler des données factuelles sur l'équipe ainsi que les bonnes pratiques en faveur de la mixité et de la diversité », constate la jeune femme qui reconnaît que « pour certains, cela a constitué une vraie prise de conscience qu'il y avait davantage à faire ». La remise des prix a ainsi permis, selon elle, « une appropriation du sujet de la part des candidats et offert un statut de rôle modèle aux vainqueurs ». Ambassadeurs de la mixité, ils pourront ainsi propager cette culture, à l'intérieur de la société comme à l'extérieur. ♦ LYS ZOHIN

Mixité plutôt que parité

- 18,5 % de femmes aux postes de direction au niveau mondial au 30 septembre 2019, avec un engagement d'atteindre 20 % en 2020.
- 36,2 % de femmes chez Lenovo au niveau mondial et 33,8 % sur la zone EMEA.
- 27,4 % de femmes dans des emplois techniques au niveau mondial.
- En France : 41 % de femmes et 59 % d'hommes. L'ancienneté moyenne est plus forte chez les femmes que chez les hommes (8,5 ans contre 7 ans).