

RÉSEAUX

QUAND ELLES SE PRENNENT EN MAIN

Les réseaux de femmes se multiplient. On en compte plus de 500 en France. Internes, ils se veulent partenaires RH. Transverses, ils fédèrent des dirigeantes plus isolées.

PAR ANNE-SOPHIE BELLAICHE

Le 12 septembre Marlène Schiappa, la secrétaire d'État à l'Égalité entre les femmes et les hommes, a convoqué à une séance de sensibilisation les dix entreprises du SBF 120 les plus mal classées du palmarès de la féminisation d'Ethics & Boards. Nokia, l'une d'entre elles, s'est plainte de la non-prise en compte de son réseau interne de femmes, StrongHer, ce qui lui aurait fait perdre une dizaine de places. Le cabinet spécialisé dans la gouvernance élabore en effet son palmarès en identifiant la part des femmes dans les conseils, celle du top management, mais aussi les politiques de genre. Et la présence d'un réseau féminin semble désormais un incontournable.

Comme l'expliquait Ana Busto, la directrice de la communication d'Engie le 14 mars lors du colloque d'InterElles, réseau de réseaux d'une douzaine d'entreprises industrielles et technologiques, «pour briser le plafond de verre, il n'y a pas de formule magique, mais un socle d'actions concrètes qui a fait ses preuves. Parmi elles, les réseaux permettent de donner la parole aux femmes, de les renforcer collectivement. Le nôtre a commencé il y a quelques années avec 25 femmes. Elles sont désormais 1 800. Il est important de proposer une plate-forme de dialogue et de sensibilisation et de continuer à s'indigner.» S'indigner et faire prendre conscience jusqu'au top management des problèmes rencontrés par les femmes dans l'entreprise. Difficulté d'accès aux responsabilités, organisation du travail inadaptée à leurs contraintes, absence de filles dans les formations scientifiques, les sujets sont légion. Bénédicte Tilloy, l'ex-secrétaire générale de SNCF Réseau, se souvient d'un événement organisé par SNCF au féminin, l'un des plus importants réseaux de France avec près de 5 000 membres. «Tout le Comex était invité, dont Guillaume Pepy. Un comédien a lu d'une voix sobre, dans une salle plongée dans le noir, des signalements issus de



rapports des CHSCT [comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail, ndlr] de la SNCF. Cela commençait par des remarques, des blagues pas très fines et, crescendo, cela montait jusqu'à des attitudes insupportables. C'était cru, pas du tout édulcoré. La direction a su accueillir cette parole.» À la suite de cet événement, l'entreprise a mis en œuvre une grande campagne pour lutter contre le sexisme ordinaire. Selon Bénédicte Tilloy, ce sont surtout les opérationnelles, les chefs d'atelier, qui sont les plus exposées.

Gagner en expertise et en confiance

«Chez les dirigeantes, c'est plus insidieux», souligne-t-elle. Les problématiques de ces dernières sont plutôt liées à la carrière. C'est d'ailleurs sur ce sujet que se sont créés historiquement les premiers réseaux féminins (dans le sillage d'associations de métiers qui se sont féminisés après guerre).



« D'outil au service de carrières féminines, les réseaux deviennent des think tanks au sein des entreprises. »

Emmanuelle Gagliardi, cofondatrice de Connecting Women

Une PDGère au CAC 40... encore une fiction

En 2016, Isabelle Kocher est devenue directrice générale d'Engie, mais n'a pas accédé comme prévu au poste de président, resté entre les mains de Gérard Mestrallet. Si l'on veut voir une femme PDG à la tête d'une entreprise du CAC 40, il faut aller au cinéma. La réalisatrice Tonie Marshall propose dans son film « Numéro Une » de suivre la trajectoire mouvementée d'une brillante ingénieure, Emmanuelle Blachey (incarnée par Emmanuelle Devos), lancée à l'assaut d'un géant français de l'énergie. Elle est soutenue par Olympe, un réseau fictif de femmes d'influence. La réalisatrice confie qu'à « l'abstraction de la politique qui repose sur des compromis et des tractations », elle a préféré « le concret de l'industrie ». Pour être juste sur son sujet, elle a travaillé

le scénario avec la journaliste du « Monde » Raphaëlle Bacqué et a rencontré notamment Anne Lauvergeon, Laurence Parisot, Claire Pedini (Saint-Gobain), Pascale Sourisse (Thales). « Elles m'ont confié beaucoup d'anecdotes, dont ces petites humiliations subies au quotidien dans ces milieux essentiellement masculins. Leurs témoignages ont beaucoup nourri le parcours de mon héroïne », déclare Tonie Marshall. Elle revendique toutefois « un film positif » à l'opposé « d'un discours victimaire ». Messieurs, même si votre virilité en prend sans doute un coup, n'hésitez pas à aller voir le film d'une réalisatrice qui déclare « adorer tout ce qui est industriel » et a pris un plaisir particulier à tourner dans des parcs d'éoliennes en mer. ■

« NUMÉRO UNE », EN SALLE LE 11 OCTOBRE

Ce sont les anciennes élèves des grandes écoles qui ont lancé le mouvement. « Quand ces diplômées se sont heurtées à un plafond de verre que ne connaissaient pas leurs anciens camarades masculins, elles ont décidé de s'organiser », explique Emmanuelle Gagliardi, la fondatrice de Connecting Women et coauteur de « Réseaux au féminin » (éditions Eyrolles, 2013). Et si les réseaux sont désormais les chouchous des directions pour challenger les ressources humaines, voire travailler main dans la main avec elles, ils ont tous planché au départ sur la trilogie « coaching, mentoring, networking ».

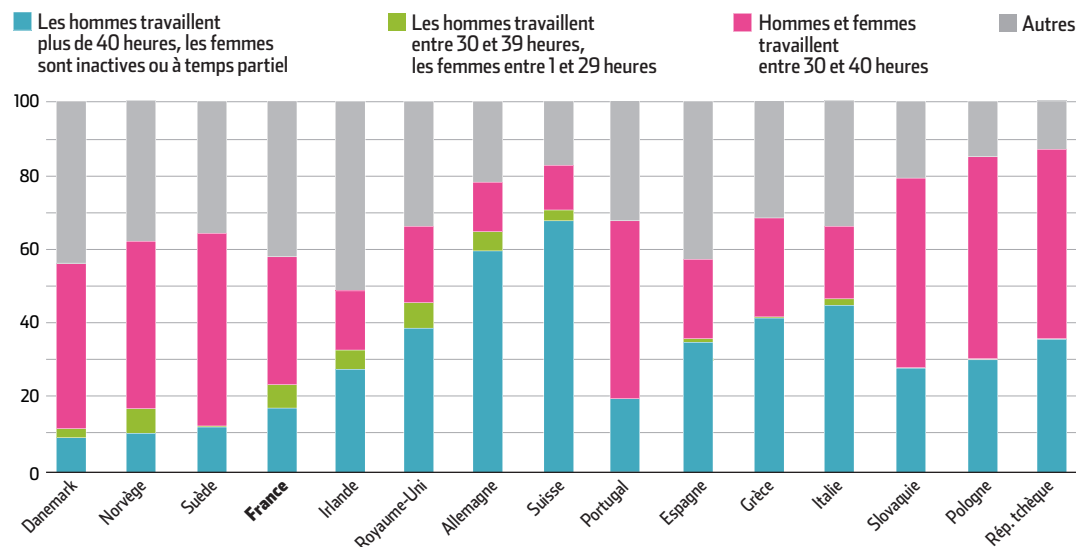
Il s'agit pour les femmes de gagner en expertise en matière de gestion de carrière, de confiance en elles pour aborder des sujets comme la négociation de leur rémunération, l'évolution de leur responsabilité ou le management d'équipe masculine. Florence Olivier, responsable de la supply chain aérostructure chez Airbus, membre du réseau Women innovative network (WIN) de Saint-Nazaire, organise « des visites dans les collèges pour promouvoir les carrières dans l'industrie, des cafés de "marrainage" et des rencontres thématiques ». Julie de Cevins, la vice-présidente activité Airbus d'Assystem, anime, elle, Femmes d'énergie, le réseau de son entreprise, actif en France depuis plus de cinq ans. Ce 14 septembre, elle lançait sa déclinaison dans la filiale anglaise. Là encore le réseau met sur pied de nombreuses rencontres avec des expertes, comme Isabelle Autissier, et fait témoigner des managers femmes de

la maison. « On doit démystifier. Car si nous embauchons de plus en plus de femmes, nous avons encore du mal à les faire grimper. Il faut montrer que l'on peut mener de front une vie professionnelle intéressante et sa vie privée », explique cette mère de trois filles. Son réseau est en train de rédiger, avec les ressources humaines, un guide de la parentalité qui s'adressera aux femmes et aux hommes.

Agir sur l'organisation

Une fois les femmes libérées de leur propre prévention, il faut agir sur l'organisation. Chez Assystem, le réseau a deux objectifs pour 2018 : s'assurer que tous les postes ouverts sont bien visibles et monter un programme d'identification des femmes à potentiel. Selon Emmanuelle Gagliardi, la mise en œuvre du télétravail chez Areva doit ainsi beaucoup à l'action de son réseau de femmes, WE. Si la pratique concerne tous les salariés de l'entreprise, elle « débloque » souvent les femmes. Julie de Cevins travaillait à quatre cinquièmes chez Honeywell lorsqu'on lui a proposé une promotion incompatible avec ce rythme. « J'ai accepté ce nouveau job à plein-temps en en aménageant une partie en télétravail. » Pour Emmanuelle Gagliardi, « d'outil au service de carrières féminines, les réseaux deviennent des think tanks au sein des entreprises ». Et visent même désormais à devenir des « action tanks ». Chez Airbus, qui a lancé en 2015 le réseau Balance for business pour

PAS D'ÉGALITÉ FACE À L'EMPLOI RÉMUNÉRÉ



L'équilibre des carrières commence par la répartition du travail rémunéré dans le couple. En Europe, les situations sont contrastées. Tant que le « breadwinner », comme disent les Anglo-Saxons, celui qui « gagne le pain », reste l'homme, les couples font le choix économique de bon sens de privilégier sa carrière. Un cercle vicieux à briser.

SOURCE : OCDE

➔ fédérer les initiatives déjà existantes, Yoann Lacan, le responsable inclusion et diversité, explique que les RH ont associé au réseau un module de développement personnel intitulé «I unleash my potential» («Je libère mon potentiel»).

Partager son expérience

Bien entendu les réseaux internes sont réservés aux grandes entreprises et concernent peu les collaborateurs de PME-PMI. Leurs dirigeantes se tournent plutôt vers des réseaux transverses. Anne-Charlotte Fredenucci, la présidente d'Ametra, est très claire : «Il faut savoir ce que l'on vient chercher sur les réseaux. Sinon on perd son temps.» Pour développer son entreprise, ce n'est pas dans les réseaux féminins qu'elle trouve son bonheur. «Il y a très peu de femmes dans l'aéro, donc je préfère aller au Gifas [Groupement des industries françaises aéronautiques et spatiales, ndlr] pour parler business.» En revanche, elle fréquente volontiers le réseau de femmes de

Croissance Plus «pour le partage d'expériences et de situations. En voir d'autres avec des familles nombreuses, c'est une bouffée d'oxygène. Savoir que l'on n'est pas la seule à avoir été prise pour la jolie commerciale par des financiers, cela permet de relativiser. On lutte souvent contre le syndrome de l'usurpatrice.» La fondatrice de Totem mobi, Emmanuelle Champaud, n'était a priori pas très favorable aux réseaux féminins, mais y a découvert «une forme de bienveillance face aux réseaux d'affaires mixtes plus compétitifs». Elle fait partie du Professionnal women's network (PWN) qui entretient un bon équilibre entre cadres de grandes entreprises, consultants et responsables de PME. Elle a pu y rencontrer des hautes dirigeantes de groupes comme Renault et Cisco, importantes pour accélérer le développement de son entreprise de véhicules électriques en autopartage. Elle le préfère aux réseaux d'entrepreneuses ou de la tech, trop émiettés et aux objectifs parfois mal définis. Elle donne aussi un peu de son temps à 100 000 entrepreneurs qui interviennent auprès de collégiens, car «c'est bien organisé».

Et les hommes dans tout ça ? Car en réalité, rien ne se fera sans eux. Les réseaux de femmes en accueillent de plus en plus et se veulent mixtes, mais, «leur participation excède rarement 15 % car ils ne se sentent pas concernés», regrette Emmanuelle Gagliardi. Eux ont aussi leurs problèmes, comme «le syndrome d'Atlas», condamné par Zeus à porter la voûte céleste sur ces épaules. Pour Antoine de Gabrielli, le fondateur du réseau Happy men, la mixité des réseaux est une «fausse bonne idée». Lui milite pour développer des réseaux d'hommes qui travaillent sur ce qu'ils ont à gagner à une meilleure répartition des rôles. Il a déjà acquis 12 grands groupes à sa cause et est soutenu par des réseaux de femmes. ■

LES DIFFÉRENTS TYPES DE RÉSEAU

Entre 2007 et 2017, le nombre de réseaux féminins est passé de 200 à 500 en France.

- **Les réseaux internes** La plupart des grandes entreprises en comptent (Accenture, Air liquide, Engie, Orange, IBM, GE, Sanofi...), mais aussi de plus petites, comme Nexter.
- **Les réseaux sectoriels** Organisés par professions ou secteurs d'activité, comme Femmes ingénieurs, Women in aerospace, Women and vehicles in Europe,

Financi'elles, Femmes du numérique, JFD Connect, Girlz in web...

- **Les réseaux transverses** Business and professional women, Professional women's network, Femmes 3000...
- **Les réseaux d'entrepreneuses** Action'elles, Femmes entrepreneurs, Femmes chefs d'entreprises, Women in equity... ■

SUITE DE NOTRE ENQUÊTE P. 38 ➔