

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 15 octobre 2007

Ce que pensent les hommes participants au Women's Forum 2007

« Améliorer la mixité dans le management des entreprises : Pourquoi les dirigeants d'entreprise devraient prendre au sérieux la question de la promotion des femmes ? »

Au Men's Corner, la réponse est clairement apparue : parce que les femmes représentent 60% des diplômés européens et prennent 80% des décisions d'achats.

Pour les hommes dirigeants d'entreprise présents au Men's Corner, la mixité est un impératif qui apporte un avantage compétitif significatif. Pour cela, il est nécessaire de la mettre en place à TOUS les niveaux de l'entreprise. Ce que souligne aussi les résultats de l'enquête menée auprès des hommes participants.

Une enquête exclusive auprès des hommes du Women's Forum

L'enquête menée par Bain & Company, un des leaders mondiaux du conseil en stratégie et Diafora, leader européen du conseil en mixité en management auprès des hommes participants au Women's Forum montre combien les hommes (95% d'entre eux) considèrent la mixité comme une question stratégique pour les entreprises

Ils mettent en avant comme raison principale la valeur ajoutée générée par des équipes mixtes au travail (80%). Les deux autres raisons sont l'éthique - offrir les mêmes opportunités aux femmes et aux hommes (10%), et l'accès au talent (10%).

A la question « que comportent vos programmes de gestion de la mixité ? », ils répondent :

- Actions recrutement à 80 %
- Tutorat et coaching à 80 %
- Formation spécifique à 40 %
- Réseau et partage d'expérience à 45 %
- Temps partiel à 45 %

Cependant, moins de 10% de leurs entreprises proposent aux femmes des gestions de carrière adaptée, élément pourtant fondamental pour la progression des femmes aux postes de direction.

Les 3 raisons majeures mises en avant par les hommes pour expliquer le faible pourcentage de femmes dans le management des entreprises sont :

- l'équilibre vie professionnelle / vie privée

- la mobilité
- les facteurs culturels liés à l'entreprise et à l'environnement.

Ces réponses illustrent la persistance des visions traditionnelles considérant les femmes comme peu disponibles et peu mobiles.

Au Men's Corner, les patrons sont pragmatiques

Les chefs d'entreprise qui sont venus au Men's Corner ont expliqué les politiques volontaristes mises en place dans leurs entreprises pour améliorer la mixité dans le management.

De Carlos Ghosn (Renault-Nissan) à Philippe Lagayette (JP Morgan) et Jean-Pascal Tricoire (Schneider Electric), Frank Brown (Insead), Gérard Lema (Baxter), Jean-Michel Donner (Lenovo), Jean-Michel Steg (Citi) et Russ Hagey (Bain & Company), tous se sont accordés sur « *la nécessité absolue que le top management soit très impliqué pour que cela marche* » R. Hagey.

Mais également que l'ensemble des équipes adhère à ces dispositifs. En effet, « *les freins sont bien identifiés, mais les résultats ne sont pas formidables, car cela prend du temps à rentrer dans les mentalités et à se mettre en place.* » P. Lagayette. Comme le souligne F. Brown, « *les organisations à prédominance masculine ont du mal à promouvoir des femmes dans les direction.* »

J-P Tricoire reconnaît « *la nécessité de faire évoluer la culture d'une entreprise plutôt masculine* ».

Pour eux, dirigeants de grands groupes, il est impératif de bien communiquer sur la logique économique d'une telle démarche « *et de ne pas en faire une problématique féminine* ». G. Lema.

Outre leur propre implication, les dirigeants ont mis en place des programmes pour améliorer la mixité dans le management. Ils doivent être assortis d'objectifs chiffrés et de budgets. Pour C. Ghosn : « *il faut des chiffres et des balises, il faut les partager et les suivre.* » Sans hésiter à mettre régulièrement en avant sa détermination, « *si vous avez deux candidats de valeur, un homme et une femme, il faut prendre la femme.* » C. Ghosn.

L'enquête a été menée par Bain & Company et Diafora en septembre -Octobre 2007 auprès d'un tiers des participants hommes du Women's Forum. Ils sont pour 70 % européens et 30 % venant du reste du monde. Âgés de 40 à 50 ans pour 56 % d'entre eux, ils ont à 88 % un conjoint qui travaille. Ils sont employés à 70 % par des multinationales et 30 % par des O.N.G. et sont de niveau direction générale pour 80% d'entre eux.

<p>Bain & Company est un des leaders mondiaux du conseil en stratégie et management, présent sur les cinq continents. Depuis sa création en 1973, Le succès de Bain se mesure uniquement à l'aune de la réussite de ses clients. Les clients de Bain ont une performance boursière quatre fois</p>

supérieure à la moyenne. Bain a travaillé avec plus de 3600 groupes ou entreprises et a acquis une vaste expérience des problématiques stratégiques auxquelles sont confrontées les entreprises de tous les secteurs d'activité.

Bain privilégie la mise en œuvre de ses recommandations et l'obtention de résultats concrets. Symbole de son engagement auprès de ses clients, Bain propose, lorsque la nature de la mission le permet, de lier une partie de sa rémunération aux résultats obtenus.

Créativité, rigueur de l'analyse, pragmatisme des recommandations développées avec ses clients sont les éléments clés de l'approche de Bain & Company.

Contact: caroline.detalle@bain.com

Diafora est un des leaders européens du conseil en mixité en management. Diafora travaille avec les entreprises qui pensent que la mixité est une question clé pour leur développement et les accompagne à :

- valoriser leurs talents féminins,
- mieux répondre aux besoins des consommatrices
- développer des modèles de leadership diversifiés.

Les clients de Diafora pensent que la mixité des équipes de management est un facteur contributif à une meilleure performance de l'entreprise, une meilleure gouvernance et au développement d'une société plus humaine.

Contact : avivah@diaforaconsulting.com

Contact presse :

Bain & Company, Caroline Detalle et Ingrid Fey 01 44 55 75 75