

**Soucieuses de valoriser la mixité dans leur organigramme, des entreprises mettent en place des dispositifs pour attirer et fidéliser les jeunes femmes diplômées, notamment dans des secteurs culturellement très masculins.**

**P**ar conviction ou poussées par les obligations juridiques, les entreprises commencent à se donner les moyens de féminiser leurs effectifs... à tous les niveaux. Des talents féminins qui décrochent à cause du plafond de verre, d'un manque d'attractivité de l'entreprise ou des spécificités du secteur auprès des jeunes diplômées, la prise de conscience a fait son chemin.

Ce fut le cas pour Bouygues Construction, lorsqu'une étude révéla en 2010 que leurs messages avaient des difficultés à attirer les jeunes femmes. « Nous avons alors lancé une démar-

#### **LE SOUTIEN À LA PARENTALITÉ AIDE À RÉDUIRE LE DÉCROCHAGE APRÈS LA MATERNITÉ**

che globale intitulée "Ambition Mixité" pour promouvoir les femmes au niveau du recrutement, de la mobilité interne et de l'accès aux postes à responsabilité », explique Didier Rabiti, responsable diversité et égalité des chances de l'entreprise.

Les entreprises interviennent sur trois axes. Le premier : la communication. En communiquant dans les écoles pour sensibiliser les jeunes filles, dès le collège, aux métiers auxquels elles ne pensent pas forcément. Une trentaine de grandes entreprises travaillent avec IMS Entreprendre pour la cité, réseau de 230 entreprises engagées dans des démarches de responsabilité sociale, et

## **Talents féminins très recherchés**

son programme « Déployons nos Elles » qui agit en ce sens. Un travail de fond est mené pour lever les freins culturels. « Nous formons nos managers avec pour ambition de créer un environnement de travail propice à l'épanouissement des femmes », décrit Didier Rabiti. On parlait d'une culture d'entreprise très masculine. Cela prend du temps de lever les freins, mais les choses évoluent », estime-t-il.

Chez Unibail, un important travail est effectué pour déminer en amont les craintes des jeunes femmes. « Elles se posent plein de questions sur ce qu'il leur sera possible en terme de métiers à l'heure de la maternité », témoigne Armelle Carminati, directrice générale fonctions centrales du groupe Unibail-Rodamco et membre du Conseil supérieur de l'égalité professionnelle. Lorsqu'une candidate va avoir une promotion, on lui fait rencontrer une femme plus expérimentée pour la rassurer. »

Le soutien à la parentalité est également une façon de prendre soin de leurs jeunes salariées et de réduire le décrochage de certaines d'entre elles après leur maternité. Il passe par des entretiens pré et post-congé maternité afin de calmer les craintes de ne pas retrouver son poste au retour du congé maternité, de ne plus être dans le circuit des promo-

tions-augmentations, voire d'être mis à l'écart des missions les plus intéressantes mais nécessitant des déplacements. Développement du télétravail, crèches d'entreprise sont autant d'initiatives de soutien à la parentalité.

Le deuxième axe se situe au niveau du recrutement. Il consiste à créer des équipes mixtes avec les campus managers, chargés des relations écoles-entreprises et présents sur les forums emploi, et les responsables du recrutement des jeunes diplômés. Chez Unibail, lors du processus de recrutement, les candidates rencontrent une femme un peu plus âgée qu'elles à qui elles peuvent poser toutes les questions qu'elles souhaitent. Bouygues Construction organise aussi chaque année Women at Work, une journée où des femmes de l'entreprise témoignent de leurs parcours. « Nous souhaitons leur montrer que faire carrière chez nous est possible », explique Benoît Forest, responsable relations écoles, marque employeur et recrutement de Bouygues Construction.

Enfin, le troisième axe consiste à multiplier les témoignages de femmes, à faire évoluer les messages sur le site carrière et à développer les réseaux. Certaines entreprises ont ainsi créé des réseaux de femmes depuis plus de dix ans déjà, comme chez

Accenture, où Armelle Carminati, qui y était vice-présidente Engagement et Diversité d'Accenture France en 2004, avait lancé « Accent sur elles » « pour éviter que les femmes ne s'évaporent au fil des niveaux hiérarchiques ».

D'autres s'y sont mis plus récemment, comme Bouygues construction, avec le lancement de Welink, en juin 2013. « Lorsque nous avons interviewé des femmes ayant quitté le groupe, certaines avaient évoqué leur isolement, explique M. Rabiti. Cet espace de liberté de parole a un effet très bénéfique et les propositions de Welink contribuent à notre politique de mixité. » Les résultats commencent à se faire sentir. Depuis

#### **LES ENTREPRISES COMMUNIQUENT SUR DES MÉTIERS AUXQUELS LES FILLES NE PENSENT PAS FORCÉMENT**

deux ans, la part de femmes cadres de premier niveau augmente (31% fin 2013, contre 28% fin 2010).

« Les entreprises moyennes et grandes ont acquis une maturité sur ces questions d'attractivité et de fidélisation et partagent volontiers leurs bonnes pratiques. En revanche, la mixité des métiers reste une préoccupation », conclut Armelle Carminati.

**GAËLLE PICUT**