



TED^x

ChampsÉlyséesWomen

x = independently organized TED event

Les réseaux féminins à la conquête du CAC 40



Une partie des résultats a été obtenue à partir de Synthesio. L'analyse a été réalisée par les équipes de TEDxChampsÉlyséesWomen.

Les objectifs de cette infographie

- X** Nous souhaitons **dresser un bilan sur la condition et le développement professionnel des femmes**
- X** Faire **bouger les lignes** et alerter
- X** **Mettre en lumière** la situation des femmes en entreprise
- X** **Mettre en avant les bonnes initiatives** pour les femmes en entreprise
- X** **Partager les valeurs d'une communauté** qui crée du sens et qui va de l'avant

Comment avons-nous réalisé cette étude ?

Pour réaliser cette infographie **nous avons croisé plusieurs faisceaux de données**. Nous avons d'abord passé au crible les réseaux sociaux et ce qui s'y disait sur les réseaux féminins des entreprises du CAC 40. Sur le long terme nous avons effectué un travail de veille sur la thématique pour comprendre les enjeux autour de la place des femmes en entreprise.

Une analyse via **l'outil Synthesio** nous a permis d'obtenir des données cibles sur cette thématique.

Nous nous sommes également appuyés sur **des chiffres d'enquêtes et de rapports officiels**.

Pour compléter ces données, nous avons cherché à comprendre quels étaient les réseaux féminins d'entreprises du CAC 40, leur fonctionnement et leur champs d'action.

L'étude s'appuie sur des données 2015/2016.

Quelles idées clés sont ressorties de cette analyse ?

- La majorité des entreprises du CAC 40 ont un réseau féminin
- Toutes les entreprises du CAC 40 du secteur de la banque et de l'assurance possèdent un réseau féminin en interne
- Près de 2/3 des entreprises qui adhèrent à un réseau féminin ont déjà atteint l'objectif des 40% de femmes dans leur conseil d'administration.
- La majorité des entreprises du CAC 40 communiquent peu autour de leur réseau féminin. Avoir un réseau féminin constitue pourtant un levier en faveur de la réussite des femmes au sein des entreprises.
- Les femmes se mobilisent plus que les hommes au sein de ces réseaux. Elles sont les principales interlocutrices avec l'extérieur et moteurs des actions réalisées.

1. Les réseaux féminins

C'est bien connu, de grandes décisions se prennent souvent après les réunions, quand les protagonistes prolongent la discussion. **Les grandes absentes de ces réunions officielles sont les femmes !** C'est aussi fréquemment après les horaires de travail qu'ont lieu des moments de networking, ô combien nécessaires dans le monde professionnel. **Une fois encore, les femmes sont peu présentes.**

Les réseaux féminins font tomber les barrières qui freinent les femmes dans leurs carrières, mais aussi l'égalité professionnelle que ces barrières soient internes ou externes.

70% des entreprises du CAC 40 en possèdent un interne. Il existe aussi des structures externes aux entreprises qui remplissent le même rôle mais à échelle du secteur d'activité ou de manière globale.



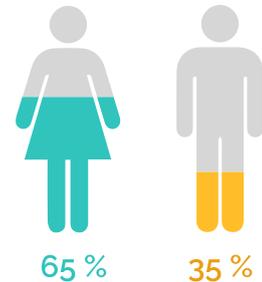
Chaque réseau a des motivations et des objectifs qui lui sont propres.

Qu'il soit mixte, exclusivement féminin, ouvert uniquement aux cadres ou aux seniors, **le réseau féminin a pour but de valoriser les collaboratrices dans l'entreprise et de leur donner l'occasion de s'épanouir professionnellement.** Transmettre des messages inspirants, proposer des événements, des ateliers de développement personnel et professionnel, inviter à la discussion sur le mieux vivre tous ensemble en entreprise; telles sont les principales missions des réseaux. Les membres étant les collaborateurs de l'entreprise, les canaux de communication sont essentiellement internes à l'entreprise (intranet, affichage d'entreprise, réseaux sociaux internes...). Ils ne sont que 4 à communiquer à destination de l'extérieur via Twitter ou LinkedIn.

Sur Twitter ce sont majoritairement les femmes qui évoquent le sujet sûrement parce que l'adhésion à ces dispositifs est souvent soumise à des conditions plus ou moins restrictives. Conditions d'âge, de sexe, d'ancienneté, de statut professionnel ou encore de lieu géographique.



- Les sites d'actualité économique, finance, investissement
- Les médias féminins
- Les sites liés aux NTIC



 Ils en parlent le plus sur Twitter

2. Quel lien avec le secteur d'activité ?

C'est dans le **secteur de l'industrie** (qui est le plus représenté du CAC 40) que l'on retrouve le plus d'entreprises **ne disposant d'aucun réseau féminin**. C'est aussi l'un des secteurs d'activité où la **part de femmes est la plus faible** (28% en 2014. Source : INSEE), paradoxalement ce sont celles qui auraient le plus besoin de structures aidant les femmes dans leur développement professionnel.



 100% des entreprises banque et assurances du CAC 40 ont un réseau féminin.



 Les entreprises qui n'ont pas de réseau féminin sont majoritairement issues du secteur industriel.

A l'inverse, dans **le monde de la banque et des assurances qui est très féminisé**, 100% des entreprises du CAC40 de ce secteur disposent d'un réseau féminin. Alors, la nécessité de ces réseaux **vient-elle de la féminisation du domaine d'activité** et donc les femmes pousseraient ces projets à voir le jour ? Ou, au contraire, c'est dans les secteurs où les femmes sont sous représentées qu'il faudrait leur donner des espaces d'expression ?

3. Où en sommes-nous de la parité au sein des conseils d'administration ?

En 2011, un groupe de députés fait adopter une loi portant sur la représentativité des conseils d'administration des moyennes et grandes entreprises françaises. **La loi prévoit qu'en 2017, les conseils d'administration doivent être composés à 40% de femmes**, après l'étape intermédiaire de 20% en 2014. **Plus de la moitié des entreprises ont d'ores et déjà atteint cet objectif ou en sont très proches.** Parmi les rôles modèles, on compte Orange, Michelin, ou encore BNP Paribas.

Pour les entreprises qui ont un réseau féminin

71% ont déjà atteint l'objectif 2017 de 40% de femmes au CA ou en sont proches

Pour les entreprises qui n'ont pas de réseau féminin

50% sont en dessous de 30% de femmes au CA

Part des femmes dans les comités d'administration des entreprises du CAC 40 ayant un réseau féminin



Y a-t-il une corrélation entre la présence d'un réseau féminin dans l'entreprise et la féminisation du conseil d'administration ?

L'impact est le plus visible dans les entreprises qui possèdent un réseau féminin. Près des 2/3 ont déjà atteint ou dépassé le cap des 40% de femmes dans leur conseils.

A l'inverse, la situation est plus modérée. Dans les entreprises qui n'ont pas de réseau ou qui adhèrent à une structure externe, la proportion est de 50/50 entre ceux qui ont atteint l'objectif (ou s'en rapproche) et ceux qui en sont loin.

Parmi ceux qui n'ont pas de réseaux et dont les conseils sont très peu féminisés, on compte Klepierre, Lafarge ou encore Pernod Ricard. Certains groupes possèdent un réseau féminin mais ont pourtant un taux de féminisation au conseil d'administration relativement faible comme par exemple Crédit Agricole, LVMH ou Airbus.

Nous remarquons que la féminisation des conseils est beaucoup plus visible dans les groupes qui possèdent un réseau féminin.



La féminisation des instances de décisions dans les entreprises est un véritable enjeu pour les années à venir. En aidant les femmes à s'épanouir professionnellement, les réseaux féminins sont un bon levier pour parvenir à l'objectif des 40% fixé par la loi Copé - Zimmermann.

Pour aller plus loin : <http://administratrices.femmes.gouv.fr/vous-etes-une-entreprise/votre-entreprise-est-elle-concernee-par-la-loi-cope-zimmermann%E2%80%AF/>

