

# AGIR POUR L'ÉGALITÉ

## NOS PROPOSITIONS

LIVRE BLANC 2021 - 2022



**THINKTANK** marie claire

**AGIR POUR L'ÉGALITÉ**

POWERED BY **CONNECTING LEADERS CLUB**

# SOMMAIRE

## ÉDITOS

<i>Think Tank Marie Claire</i>	4
Isabelle Rome	5

## ACTUALITÉS 2022

Étude exclusive: les jeunes et l'égalité	6
Charte parité mode d'emploi dans les médias	10
Prix Tech for Women	12

## ÉDUCATION ET ÉGALITÉ DES RÊVES

Propositions	14
Tribune partenaire Mattel	16
Tribune partenaire The Walt Disney Company France	20
	21

## SEXISME AU TRAVAIL ET PARITÉ

Propositions	22
	24
Tribune partenaire L'Oréal	29
Tribune partenaire Amazon	30
Tribune partenaire Région Île-de-France	31
Interview partenaire Natixis	32
Interview partenaire Great Place to Work	33
Palmarès Great Place to Work	34

---

Le Livre Blanc du THINK TANK MARIE CLAIRE AGIR POUR L'ÉGALITÉ  
est un livret gratuit édité par Marie Claire Album SAS  
10, bd des Frères-Voisin, 92130 Issy-les-Moulineaux – 552 062 770 RCS Nanterre  
Achevé d'imprimer par Dupliprint à Domont (95) en septembre 2022.  
Président & directeur de la publication : Arnaud de Contades.  
Éditrice : Gwenaëlle Thebault.

Livret gratuit – Ne peut être vendu – Ne pas jeter sur la voie publique

<b>ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE</b>	<b>36</b>
Propositions	<b>38</b>
Interview partenaire AXA	<b>43</b>
Tribune partenaire EDF	<b>44</b>
Tribune partenaire RATP	<b>45</b>
Tribune partenaire Deloitte	<b>46</b>
Tribune partenaire CNB	<b>47</b>
<b>ÉGALITÉ DANS LE SPORT</b>	<b>48</b>
Propositions	<b>50</b>
<b>REMERCIEMENTS</b>	<b>54</b>



Flashez ce QR code  
pour accéder à l'intégralité  
du Livre blanc



Imprimé chez Dupliprint  
Origine du papier : Allemagne  
Taux de fibres recyclés : 0%  
Certification : PEFC  
Eutrophisation :  
Ptot = 0.02 kg/tonne

# ENSEMBLE, POUR L'ÉGALITÉ DES RÊVES



Gwenaëlle Thebault



Katell Pouliquen



Valérie Hoffenberg

**L**e 16 mai 2022, Élisabeth Borne est la deuxième femme à accéder à la fonction de Première ministre en France. Sur le perron de Matignon, elle dédie sa nomination à toutes les petites filles pour conclure en martelant : « Rien ne doit freiner le combat pour la place des femmes dans notre société. »

Le cap est donné. Et notre *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* prendra sa part, comme il l'a toujours fait depuis sa création il y a quatre ans. Ensemble, avec les entreprises, les associations et les pouvoirs publics, nous serons là pour lancer les débats et apporter des solutions concrètes à toutes celles et ceux qui veulent agir.

À ce jour, nous avons déjà publié trois livres blancs et bâti plus de trois cents propositions dont beaucoup ont été reprises. Nos travaux ont également trouvé un large écho digital : ils ont été visionnés plus de deux millions de fois et ont été régulièrement relayés auprès de neuf millions de Françaises et de Français.

Mais la route reste longue pour faire de l'égalité une réalité. Et les jeunes générations nous obligent. Selon une étude de notre *Think Tank* réalisée cet été auprès de la génération Z, 90 % des jeunes filles âgées entre 18 et 24 ans pensent que le sexisme est omniprésent. Et qu'il reste un obstacle pour leur avenir.

Alors, poursuivons ensemble notre travail. Pour toutes les femmes... et en particulier pour elles, à qui nous voulons dire, comme l'a fait notre nouvelle Première ministre, d'oser. D'oser « aller au bout de [leur] rêves ».

Par **Gwenaëlle Thebault**,  
directrice générale déléguée du Groupe Marie Claire, cofondatrice  
du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*

**Katell Pouliquen**,  
directrice des rédactions de *Marie Claire*

et **Valérie Hoffenberg**,  
présidente du Connecting Leaders Club, cofondatrice du *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*

# “UNE FRANCE PLUS ÉGALITAIRE EST UNE FRANCE PLUS RÉSILIENTE”



**D**éfi culturel, enjeu de civilisation, révolution pacifique, les qualificatifs sont légion pour désigner la bataille pour l'égalité entre les femmes et les hommes. En tant que magistrate, haute fonctionnaire à l'égalité et aujourd'hui ministre, j'ai constaté combien, au-delà des paroles, seuls les actes comptent pour enrayer la plus répandue des discriminations et venir à bout de ce fléau universel qui – depuis les prémices de l'humanité – a fait d'une majorité une minorité. Or, de la crise sanitaire à la montée des conservatismes partout dans le monde, l'actualité nous le rappelle chaque jour: ce combat n'est pas derrière nous. Les droits des femmes demeurent fragiles, suspendus aux humeurs du temps. Au pays de l'égalité, les disparités – pourtant criantes – entre les femmes et les hommes ont longtemps été ensevelies sous l'indifférence collective. Elles ont mis du temps à percer les murailles épaisses des œillères de notre société. Des violences sexistes et sexuelles aux inégalités professionnelles, notre regard collectif s'est décillé depuis un demi-siècle. Ce combat engage toute notre société. Laboratoire d'idées, le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* en est un acteur incontournable. En s'engageant sur les enjeux du sexisme, de l'égalité professionnelle, de la féminisation des métiers de la tech ou encore de la diffusion de la culture de l'égalité, il est un vecteur essentiel pour que les femmes deviennent actrices du changement. Nous partageons la même conviction qu'une France plus égalitaire constitue en fine une France plus résiliente.

Par **Isabelle Lonvis-Rome**,

ministre déléguée auprès de la Première ministre chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances

ÉTUDE EXCLUSIVE\*

# L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES VUE PAR LES JEUNES : DES AVANCÉES JUGÉES INSUFFISANTES

Quel bilan les jeunes générations font-elles de l'égalité femmes-hommes en France : les moins de 30 ans considèrent-ils que la situation s'améliore ou que les inégalités perdurent ? Pour le savoir, le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'égalité* a mené une grande enquête\* cet été auprès d'un échantillon représentatif de 500 jeunes âgés de 18 à 29 ans. En voici les principaux résultats qui révèlent une situation en demi-teinte.

## Des inégalités dès l'enfance, qui se poursuivent tout au long de la scolarité

- Les inégalités commencent au sein de la famille où il existe toujours des attentes différenciées selon le genre. Les jeunes ont ainsi constaté dès leur plus jeune âge des différences éducatives de la part des parents. Ce sentiment est davantage perçu par les filles : concernant les attentes en termes de résultats scolaires, 43 % ont ressenti des différences de traitement contre 27 % des garçons. Même constat concernant les résultats sportifs : deux tiers des filles et un garçon sur deux ont perçu des différences en termes d'attentes.



- Au lycée, les moins de 30 ans ont été majoritairement informé-es sur l'égalité femmes-hommes mais celle-ci ne s'est pas traduite dans les faits. Ils considèrent que les inégalités perdurent dans le système scolaire, surtout en termes d'orientation.

« Pour 44 % des 18-29 ans, le système scolaire ne garantit pas l'égalité femmes-hommes en matière d'orientation. »

- L'accès aux filières scientifiques est l'illustration la plus révélatrice de cette distinction de traitement, 23 % des jeunes interviewé·es jugent qu'il n'est pas égalitaire. Une perception encore plus marquée chez les femmes: 30 %.

## Les moins de 30 ans ne considèrent pas l'égalité au travail comme acquise

- Quatre jeunes sur dix estiment insuffisantes les initiatives en faveur de l'égalité femmes-hommes mises en place par les entreprises. L'écart salarial, à l'embauche à poste égal, est pointé par 78 % des moins de 30 ans.
- Pour plus d'un jeune sur deux, la maternité est toujours perçue comme un frein à la carrière des femmes.

« 56 % des filles contre 48 % des garçons considèrent que la maternité freine la vie professionnelle des femmes. »

## Une génération un peu moins confrontée aux comportements sexistes

- Les jeunes perçoivent un léger recul du sexisme, mais celui-ci perdure. En effet, si 40 % des 18-29 ans pensent que la situation s'est améliorée par rapport à la génération de leurs parents, 83 % estiment néanmoins qu'il y a toujours des stéréotypes, préjugés ou attitudes discriminatoires à l'égard des femmes.

« 9 femmes sur 10 considèrent qu'il y a du sexisme en France contre 7 hommes sur 10. »

- Chez les jeunes générations, mieux informées, la conscience d'être sexiste existe. Les moins de 30 ans, hommes comme femmes, ont conscience d'avoir à titre personnel déjà fait preuve d'un comportement sexiste vis-à-vis d'autrui: 32 % des hommes et 22 % des femmes.

ÉTUDE EXCLUSIVE\*

# L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES VUES PAR LES JEUNES : DES AVANCÉES JUGÉES INSUFFISANTES

## Des déséquilibres qui perdurent en termes de répartition des tâches domestiques

▪ Les tâches ménagères, la cuisine et les courses restent, selon les jeunes, majoritairement assumées par les femmes, dans les couples hétérosexuels. Le seul point d'équilibre femmes-hommes est l'aide aux devoirs, davantage perçue comme prise en charge par les deux parents. Le germe de cette inégalité s'expliquant peut-être par l'éducation reçue : 5 femmes sur 10 estiment que leurs parents n'avaient pas les mêmes exigences envers les filles et les garçons sur la participation aux tâches domestiques.

Cette jeune génération, quand elle n'est pas encore en couple, projette une répartition égalitaire des tâches entre conjoints. Mais, une fois installé-es, la réalité s'avère bien différente, puisqu'à l'exception du bricolage, l'ensemble des tâches domestiques sont effectuées principalement par les femmes.



## Dans les relations amoureuses, des rôles entre tradition et modernité

- Au début de la relation, on observe certains changements dans la répartition des rôles, notamment chez les jeunes femmes qui affirment davantage leur indépendance.  
57 % des femmes considèrent que ce n'est pas à l'homme de payer lors du premier rendez-vous, contre 30 % des hommes.
- Près de 8 jeunes sur 10 ont été sensibilisé·es à la contraception dans l'enseignement secondaire. Devenus majeurs, seuls 6 hommes sur 10 considèrent que la contraception repose sur les deux partenaires et 6 femmes sur 10 s'en sentent seules responsables.

63 % des femmes estiment que la contraception leur incombe.



## Prise de conscience et prise en compte du consentement par la nouvelle génération

- Près de 8 jeunes sur 10 déclarent avoir été sensibilisé·es à l'éducation sexuelle mais seulement 6 sur 10 l'ont été au consentement, et à peine la moitié des jeunes filles.

62 % des moins de 30 ans considèrent avoir été sensibilisé·es au consentement mais seulement 52 % des jeunes femmes.

Néanmoins, sans doute grâce aux médias, 97 % des répondant·es ayant une activité sexuelle déclarent être attentifs au consentement de l'autre.

(\*) Étude réalisée du 10 au 20 juin 2022 auprès d'un échantillon représentatif de 500 jeunes adultes de 18 à 29 ans par l'Institut IDM Familles pour le Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité. Méthode des quotas et redressements appliqués aux variables suivantes : âge, genre et catégorie socio-professionnelle de l'interviewé·e.

# CHARTRE PARITÉ MODE D'EMPLOI DANS LES MÉDIAS

**Le 9 mars dernier, 47 entreprises s'engageaient pour que les femmes aient plus de visibilité et de place dans les médias. Retour sur la création d'une charte qui définit les bonnes pratiques pour y arriver.**

**L**e 28 octobre 2021, l'association Pour les femmes dans les médias (PDFM) et le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* réunissaient tous les plus grands acteurs de l'audio-visuel français pour réfléchir et rédiger une charte visant à promouvoir l'égalité dans les médias.

Conçue comme une boîte à outils proposant des mesures simples et efficaces, cette charte « Parité mode d'emploi » a été signée le 9 mars dernier par 47 entreprises du secteur au ministère de la Culture en présence de Roselyne Bachelot, alors ministre de la Culture et d'Élisabeth Moreno, alors ministre chargée de l'Égalité entre les hommes et les femmes.

*« Les médias sont une machine à refléter la réalité des faits sociaux, mais aussi une formidable machine à véhiculer des idéaux et à façonner les imaginaires. »* C'est avec cette déclaration que Roselyne Bachelot a présenté la charte Parité, mode d'emploi. Avant de rappeler que les médias ont une responsabilité particulière envers les téléspectateur·rices, lecteur·rices et auditeur·rices : *« celle de se doter d'outils pour arriver à la parité »*.

C'est précisément l'ambition que se donne cette charte : définir des bonnes pratiques pour promouvoir concrètement la présence des femmes dans les médias. Une « boîte à outils » qui préconise différentes mesures telles qu'un congé paternité en miroir au congé maternité ou encore des quotas sur l'ensemble des postes, afin de *« compter les femmes, pour que les femmes comptent »*, comme l'a rappelé Laurence Bachman, coprésidente de PDFM.



# PRIX TECH FOR WOMEN 2022

**E**n 2021, le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* a lancé le Prix Tech For Women afin d'encourager les entreprises du secteur à intégrer davantage l'égalité des chances et la parité dans la tech. Notre prix a pour but de soutenir et récompenser des start-up proposant un produit ou un service destiné à améliorer la vie des femmes.

Lors de cette seconde édition, le Prix Tech For Women a récompensé deux lauréat-es sur les sept finalistes qui avaient été présélectionné-es parmi une quarantaine de candidatures. Les finalistes ont été invité-es à pitcher lors du salon Vivatechnology de Paris devant le jury du Prix Tech For Women, sur le stand et avec le soutien de notre partenaire AXA, sincèrement engagé en faveur de l'égalité. Composé de dirigeant-es de grandes entreprises, d'entrepreneur-ses reconnu-es et d'expert-es de la tech, le jury a assisté à une présentation de grande qualité des projets des sept finalistes.

Les deux lauréat-es ont été révélé-es le 11 octobre 2022 lors de l'Appel pour l'Égalité du Think Tank Marie Claire qui s'est déroulé, à Paris, à l'Unesco, devant un large public et avec la présence exceptionnelle de ministres, de chef.fes d'entreprise, d'artistes et d'expert-es engagé-es.

**Bravo à Emagina et à Becomtech !**

## L'ENGAGEMENT D'AXA "ENCOURAGER LES FEMMES À INTÉGRER DES CURSUS LIÉS À LA TECH"



Corinne Guillemin,  
directrice  
Innovations et  
Services Santé  
& Prévoyance  
AXA France

**Pourquoi soutenir le Prix Tech for Women ?**

AXA France est très engagée en faveur de l'égalité femmes-hommes dans le monde professionnel comme en témoigne son Comex paritaire. Le Prix Tech For Women s'inscrit dans cette dynamique inclusive. En effet, ce prix a pour but de récompenser des entreprises ou des projets innovants qui œuvrent à

améliorer le quotidien des femmes. C'est le cas par exemple des programmes BecomTech, qui facilitent l'accès des femmes aux métiers du digital.

**Quels sont les enjeux que doit relever la tech aujourd'hui ?**

Le secteur de la tech ne compte que 30 % de femmes salariées de la tech et seulement 12 % de créatrices de start-up. Face à ce constat, le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* invite l'écosystème à relever le défi de la parité, que ce soit dans le recrutement ou en encourageant les femmes à intégrer des cursus liés à la tech.

**Pourquoi agir pour une meilleure représentation des femmes dans la tech ?**

AXA France soutient l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'accès à tous les métiers. La tech doit être au cœur de ces changements et il est important pour AXA France de promouvoir ce mouvement qui correspond à davantage d'inclusion. Par sa visibilité et sa modernité, le secteur de la tech doit acquérir un rôle d'exemplarité quant à cet objectif de représentativité. La tech joue ici sa légitimité à incarner une modernité qui regroupe autant les hommes que les femmes.

# NOS DEUX LAURÉATES

COUP DE CŒUR AXA

## EMAGINA

**E**magina est une innovation qui révolutionne la santé des femmes enceintes. Ce dispositif médical breveté leur permet de tripler leur chance d'avoir un périnée intact lors du premier accouchement. L'assouplissement du périnée se fait en douceur grâce à un ballon vaginal connecté qui s'adapte à la morphologie de l'utilisatrice et qui évolue à mesure de ses progrès et de la taille de la tête de son bébé. L'expulsion de ce ballon lors des exercices constitue un réel simulateur d'accouchement, autant physique que psychologique. Une application mobile dédiée vient accompagner l'utilisatrice dans sa préparation, avec notamment un biofeedback et un suivi détaillé de ses progrès. Emagina a la volonté de proposer aux professionnels de santé des outils dédiés, afin d'améliorer l'accompagnement de leurs patientes. C'est aujourd'hui le seul dispositif médical qui améliore la prise en charge des patientes enceintes tout en fournissant des données exploitables sur le plan scientifique.



Par **Paola Bourdon**,  
cofondatrice

COUP DE CŒUR  
DU JURY THINK TANK  
MARIE CLAIRE AGIR  
POUR L'ÉGALITÉ

## BECOMTECH

**B**ecomtech est une association d'intérêt général qui œuvre pour l'égalité des chances et la mixité dans l'informatique et le numérique. L'association a pour ambition d'accompagner toute la société pour que, dès aujourd'hui, les femmes soient pleinement actrices de la transformation digitale. Becomtech déploie deux programmes phares – Jump in Tech et Ambassadrices Becomtech – dans trois régions : Île-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes et Pays-de-la-Loire. Jump in Tech initie les filles entre 14 et 17 ans aux sciences de l'informatique à travers des sensibilisations dans les établissements scolaires et une formation de quatre semaines pendant l'été. Ambassadrices Becomtech accompagne ensuite leur engagement pour la mixité dans le numérique, leur montée en compétences et le développement de leur leadership. En 2023, l'association déploiera ses programmes pour la première fois dans la région Sud-Provence-Alpes-Côte d'Azur et développera l'inclusion des filles issues de la ruralité et des zones périurbaines dans ses projets.



Par **Dorothée Roch**,  
fondatrice



# ÉDUCATION ET ÉGALITÉ DES RÊVES



Flashez ce QR code  
pour accéder au replay de la session  
sur [marieclaire.fr](https://marieclaire.fr)

# COMMENT GARANTIR UNE CULTURE DE L'ÉGALITÉ DÈS LE PLUS JEUNE ÂGE ?

## Les jouets

- 1 Inciter le ministère de le l'Éducation Nationale à organiser une campagne nationale de sensibilisation**, à l'approche des fêtes de fin d'année, à destination des parents sur les stéréotypes de genre présents dans les jouets, les jeux vidéo et les livres jeunesse avec l'aide des grands médias français.
- 2 Inciter les collectivités territoriales et les écoles à réaménager les cours de récréation**, pour permettre aux filles de mieux s'approprier l'espace, à égalité avec les garçons.
- 3 Répertorier sur le site de l'Éducation Nationale une liste de jouets non genrés** recommandés par le ministère, à destination des chefs d'établissement.
- 4 Publier une tribune signée par les grands acteurs concernés pour sensibiliser les distributeurs de jouets à proposer une offre non genrée** dans les rayons et catalogues, ainsi que dans leurs communications.

## Les jeux vidéo

- 5 Mieux faire connaître les opportunités de carrière** dans les jeux vidéo aux jeunes filles, en faisant intervenir les professionnelles du secteur à l'occasion de la journée des métiers ou de la semaine de l'égalité, notamment en amont du stage de 3<sup>e</sup>.
- 6 Encourager les entreprises de jeux vidéo à mettre en place une formation continue** à destination de leurs équipes pour lutter contre le sexisme et les images dégradantes dans les jeux.

## La littérature jeunesse

- 7 Conditionner les subventions des pouvoirs publics aux bibliothèques et ludothèques** à un quota d'achat mettant en avant des héroïnes et des autrices.
- 8 Veiller à une plus grande diversité des expert-es mentionné-es dans les manuels scolaires** dans chacune des matières enseignées au collège et à l'école, notamment à travers des figures féminines ayant marqué l'histoire, les sciences et la technologie.

# COMMENT GARANTIR UNE CULTURE DE L'ÉGALITÉ DÈS LE PLUS JEUNE ÂGE ?

## La formation et l'enseignement

- 9** Sensibiliser le personnel des crèches et les enseignant-es des classes maternelles à la lutte contre les **stéréotypes de genre** dès le plus jeune âge, à travers l'intervention des associations agréées par le ministère de l'Éducation nationale.
- 10** Rendre à nouveau obligatoire l'enseignement des **mathématiques** pour tou·tes les élèves jusqu'au bac.
- 11** Intégrer l'histoire du féminisme au programme d'histoire et d'éducation civique et morale au même titre que les luttes émancipatrices et citoyennes.
- 12** Intégrer à la formation des enseignant-es un module de sensibilisation à la distribution égalitaire des prises de parole filles/garçons en classe.
- 13** Inciter le ministère de l'Éducation nationale à créer un label « Manuel égalitaire » pour aider les établissements à acheter des manuels luttant contre tous les stéréotypes (genre, diversité, handicap).
- 14** Promouvoir les rôles modèles féminins dans les manuels scolaires et notamment les rôles modèles sportifs.

## L'orientation

- 15** Veiller à une représentation non genrée des intervenant-es et des opportunités à l'occasion de la journée du forum des métiers, en amont du stage de 3<sup>e</sup>.
- 16** Mettre en place une formation continue et obligatoire à destination des conseiller-ères d'orientation pour lutter contre les biais d'orientation entre les filles et les garçons.

## Les métiers de la tech

- 17** Encourager les partenariats entre les écoles, les associations et les entreprises de la tech pour une meilleure sensibilisation des élèves aux opportunités et aux évolutions du secteur.
- 18** Inciter l'audiovisuel public à créer des programmes jeunesse pour diffuser une vision non genrée des métiers, notamment dans les Stim (science, technologie, ingénierie, mathématiques).
- 19** Créer une plateforme nationale d'expert.es par le ministère de l'Éducation nationale, en partenariat avec les entreprises, permettant aux écoles de trouver des intervenant-es pour présenter leurs métiers aux élèves.

## MATTEL “BRISER LE PLAFOND DES RÊVES”

DELPHINE SOCHON



Delphine Sochon,  
directrice marketing  
Mattel France

*“L'idée que je me faisais de Barbie était qu'à travers la poupée, la petite fille puisse devenir tout ce qu'elle voulait. Barbie a toujours incarné une femme qui a le choix”*  
Ruth Handler, créatrice de Barbie.

Quand Ruth Handler a créé la poupée Barbie en 1959, elle voulait que sa fille puisse se projeter dans tous les métiers

au travers de cette poupée mannequin et non uniquement comme maman en jouant avec un poupon comme le voulait l'époque.

Depuis, Barbie a exercé plus de deux cents métiers : elle a été la première femme astronaute, la première Présidente, a été ingénieure, footballeuse ou cheffe. C'est cette égalité des chances que Barbie soutient au travers du projet “Briser le Plafond des Rêves” que la marque a entrepris depuis bientôt cinq ans dans le monde entier.

Des études montrent en effet qu'à partir de l'âge de 5 ans, de nombreuses petites filles perdent confiance en leurs aptitudes et intègrent l'idée qu'elles ne sont pas aussi intelligentes et compétentes que les garçons. Elles cessent de croire qu'elles peuvent devenir tout ce qu'elles veulent. C'est ce que l'on appelle le “Plafond des Rêves” et Mattel et sa marque Barbie se

sont engagés à le briser à travers différentes actions. D'abord, en continuant d'enrichir la gamme Barbie de produits autour des métiers année après année. Mais aussi en honorant chaque année de nombreuses femmes inspirantes dans le monde en leur offrant des poupées uniques à leur effigie. En France, nous sommes fiers d'avoir, par exemple, célébré Amandine Henry, ancienne capitaine de l'équipe de France de football ou encore Hélène Darroze, cheffe étoilée. Enfin, nous soutenons également l'association Inspiring Girls dont la mission est d'inspirer les filles et de leur permettre de se projeter dans tous les métiers.

Nous sommes fiers de contribuer à une égalité des chances et des genres et pensons que c'est dès le plus jeune âge que nous devons diffuser ces valeurs aux enfants. Notre mission est de leur permettre d'explorer les merveilles de l'enfance et de participer à leur construction autour de croyances d'égalité et de confiance en ses rêves.

Je suis heureuse d'associer l'engagement de Barbie au *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* pour permettre de faire émerger des discussions autour de ce sujet qui me tient à cœur et qui mérite un engagement collectif.

## THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE “L'ENTREPRISE COMPTE 65 % DE FEMMES, NOTRE COMEX EST PARITAIRE ET NOS HÉROÏNES SONT DES ROLE MODELS INSPIRANTES”

PAULINE DAUVIN



Pauline Dauvin,  
VP programmation,  
productions & acquisitions

L'égalité des chances entre les femmes et les hommes est un sujet que Disney France a embrassé depuis de nombreuses années : un Comex paritaire, 65 % de femmes dans l'entreprise, un index égalité à 89 %, l'adoption anticipée du Congé d'accueil de l'enfant pour toutes et tous.

Disney raconte des histoires depuis près de

cent ans, ce qui nous donne une grande responsabilité quant aux choix de nos histoires et de nos personnages. L'ajout de moteurs créatifs (studios Pixar, Marvel, Lucas films, 20th Century, Searchlight) et la création de Disney+ ont accéléré la création de contenus en tout genre – y compris au niveau français – et nous permet d'élargir encore plus nos audiences et notre impact.

Tous ces contenus sont guidés par la même ambition : raconter des histoires inspirantes qui reflètent la diversité du monde d'aujourd'hui.

Nous voulons porter la voix des femmes devant et derrière la caméra : nos héroïnes sont des femmes de leurs temps, plurielles, actrices de leur destin, courageuses et déterminées, des role models inspirantes avec lesquelles petit·es et grand·es grandissent, se projettent et se construisent.

La complémentarité de nos médias (cinéma, TV, streaming) et de nos activités sont également une source de richesse et une opportunité de promouvoir cette égalité des chances et des rêves.

Nous sommes soutenu·es par nos partenaires qui, comme nous, ont placé l'engagement D&I\* au plus haut niveau en signant la charte pour une représentation mixte des jouets, en développant une représentation moins genrée dans notre marketing et en incitant nos producteurs de contenus audiovisuels à respecter la parité des talents devant et derrière la caméra.

Nous œuvrons au sein d'organisations professionnelles pour participer au débat et faire avancer les choses concrètement (*Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, l'association “Pour les femmes dans les médias”).

Nous continuons à former nos équipes au recrutement inclusif, à les sensibiliser sur les biais inconscients et les stéréotypes et à échanger avec nos employé·es via des groupes de travail.

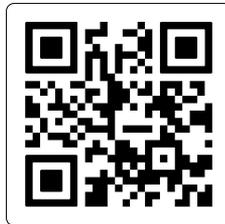
Enfin, nous souhaitons soutenir les jeunes talents de demain pour plus de mixité et de diversité au travers de partenariats avec des écoles (CinéFabrique) et en accompagnant des jeunes de l'association “Les Intrepidesm” au travers de sessions de mentoring.

Nous sommes convaincu·e-s que l'égalité femmes-hommes constitue le socle indispensable à tous les autres sujets qui animent notre société aujourd'hui : faire avancer la cause des femmes c'est faire avancer tous les sujets D&I\*.

(\* Diversité & Inclusion.



# SEXISME AU TRAVAIL



Flashez ce QR code  
pour accéder au replay de la session  
sur [marieclaire.fr](https://marieclaire.fr)

# COMMENT LUTTER CONTRE LE SEXISME DANS LA SPHÈRE PROFESSIONNELLE ?

## Prévenir et former

- 20** Intégrer à tous les cursus et filières d'enseignement supérieur un module de formation sur le respect, la lutte contre la discrimination, le sexisme et les sanctions encourues dans la sphère professionnelle.
- 21** Respecter le devoir d'exemplarité des pouvoirs publics et implémenter dans le secteur public le baromètre sur le ressenti des salarié·es, élaboré par l'initiative #Stopsexisme.
- 22** Rendre obligatoire dès la période d'essai une formation sur la lutte contre les biais sexistes et des informations sur les sanctions encourues.
- 23** Inciter les grands groupes et les pouvoirs publics à conditionner le référencement de partenaires ou prestataires à une formation de leurs équipes et employé·es à la lutte contre le sexisme et le harcèlement.

## Communiquer

- 24 Encourager le ministère de l'Égalité entre les femmes et les hommes et de la Lutte contre les discriminations à créer et à diffuser une campagne de sensibilisation nationale de lutte contre le sexisme ordinaire, en s'appuyant sur les chaînes publiques, les réseaux sociaux et l'affichage.**
  
- 25 Inciter les entreprises à dispenser des formations avec des cours de théâtre mettant en avant des situations sexistes.** Utiliser l'humour pour montrer et désamorcer une situation anormale. Encourager les entreprises à signer la charte "StOpE sexisme" pour envoyer un message clair à tou·tes les employé·es.

# COMMENT LUTTER CONTRE LE SEXISME DANS LA SPHÈRE PROFESSIONNELLE ?

## Renforcer la loi

- 26** Intégrer dans l'index Égalité, l'évaluation du temps moyen d'accès aux postes à responsabilité et aux promotions, de même que la durée entre deux augmentations.
- 27** Encourager le ministère du Travail à publier le bilan annuel de l'index et à intégrer les retours des associations et entreprises pour l'améliorer.
- 28** Conditionner l'attribution d'aides publiques aux entreprises justifiant d'un plan unilatéral en faveur de l'égalité professionnelle et à la publication annuelle de leur index Égalité.
- 29** Élargir l'article L1131-2 sur l'obligation de formation à la non-discrimination pour les recruteur·ses aux questions d'agissements sexistes.
- 30** Contraindre les entreprises à la restitution écrite des résultats des instructions conduites pour signalement d'un fait sexiste, en respectant le principe du contradictoire, à tous les plaignant·es et aux auteur·es présumé·es.
- 31** Intégrer dans les obligations légales des entreprises, l'affichage dans les espaces communs et sur le site intranet de l'engagement de l'entreprise à la lutte contre le sexisme et les moyens d'action pour les victimes éventuelles.

- 32** Demander au ministère de la Justice et au ministère de l'Égalité d'ajouter à la peine prévue par la loi, la participation à un stage de responsabilisation aux discriminations femmes-hommes à tout·e auteur·e d'un fait sexiste.

## Signaler et sanctionner

- 33** Dans les pouvoirs publics et les entreprises, formaliser les protocoles et les processus de remontée d'information sur les signalements et les plaintes. Diffuser aux employé·es une liste de contacts qualifiés en cas d'agissement sexiste.
- 34** Dans les pouvoirs publics et les grands groupes, veiller à ce qu'il y ait un binôme mixte pour les référent·es Égalité femmes-hommes auprès du CSE et des services RH. (Circulaire du 30 novembre 2019 relative à la mise en place de référents Égalité)
- 35** Dans les entreprises, diffuser à tous les salarié·es les différents recours à la loi et les sanctions civiles et pénales encourues en cas de comportement sexiste.
- 36** Inclure dans l'entretien annuel d'évaluation des managers leur engagement dans la lutte contre le sexisme.

# COMMENT FAIRE DE CES PRIORITÉS L'AFFAIRE DE TOUS ?

- 37** Encourager, dans chaque entreprise, la création ou l'adhésion à une charte ou à un code de conduite signé par tous les employé·es.
- 38** Systématiser l'utilisation de formules rendant visibles tous les genres dans les intitulés de postes, les titres de direction et les outils de communications de recrutement.
- 39** Conduire une étude annuelle au sein de l'entreprise pour analyser le volume des contrats à temps partiel et les modalités de télétravail, de façon à détecter d'éventuelles discriminations à l'encontre des femmes.
- 40** Objectiver les compétences professionnelles utiles en les dégenrant.
- 41** Encourager la mise en place de clubs de parents mixtes au sein des entreprises pour échanger sur les bonnes pratiques en matière de conciliation vie professionnelle-vie personnelle.
- 42** Veiller à l'anticipation d'un départ en congé parental par les managers en favorisant les recrutements. Intégrer la parentalité dans la recherche d'équilibre travail-vie de famille du second parent au-delà du congé parental.
- 43** Sensibiliser les syndicats professionnels aux questions d'égalité, de sexisme et de parentalité.

L'ORÉAL  
 “UN ENSEMBLE DE MESURES FAVORISENT  
 L'ÉGALITÉ : ACCOMPAGNEMENT DU RETOUR  
 POST CONGÉ MATERNITÉ, POSSIBILITÉ  
 DU TÉLÉTRAVAIL LE MERCREDI...”

BENOÎT SERRE



Benoît Serre,  
DRH L'Oréal France

Au sein du Groupe L'Oréal, l'égalité entre les femmes et les hommes fait l'objet d'un engagement de longue date : nous croyons fermement que c'est une question de justice, d'équité, mais aussi que c'est un atout pour la performance de l'entreprise.

La puissance de L'Oréal réside dans la diversité de ses collaboratrices et

collaborateurs. En interne, nous œuvrons pour que nos collaboratrices accèdent, sans discrimination, aux postes à responsabilités : elles occupent 55 % des postes clefs et représentent 59 % de nos directrices de marques internationales. Cela est permis par un ensemble de mesures qui favorisent l'égalité professionnelle : accompagnement du retour post congé maternité, aménagement des horaires, possibilité du télétravail le mercredi, soutien aux conjoints et familles lors de l'expatriation... En travaillant main dans la main avec des associations de terrain, nous luttons contre l'autocensure et œuvrons pour offrir à toutes les jeunes filles, les mêmes chances de réussir, grâce à des actions de mentorat, de coaching et à travers des bourses. En externe, nos marques s'engagent, comme L'Oréal Paris contre le harcèlement de rue, aux côtés de la Fondation des Femmes, ou YSL Beauté contre les violences conjugales, avec En avant toutes. Plus récemment, Les Laboratoires Vichy

ont lancé une vaste campagne #Menopositivity pour libérer la parole sur le sujet de la ménopause et briser les tabous qui l'entourent : Aujourd'hui, 10 millions de femmes en France sont ménopausées, dont 500 000 nouvelles chaque année, mais seules 41 % d'entre elles sont prises en charge par un professionnel de santé.

Entreprises, institutions publiques, associations et acteurs de terrain, il est nécessaire que nous travaillions ensemble pour que toutes les femmes, quels que soient leur âge, leur handicap, leur orientation sexuelle, leur apparence physique ou leur origine, aient les mêmes opportunités.

Sur les sujets de diversité et d'inclusion, il n'y a pas de compétition. Un monde où l'égalité entre les femmes et les hommes est une réalité ne peut se faire en œuvrant les uns contre les autres : c'est en avançant ensemble que nous pouvons faire bouger les choses et parvenir à changer durablement les mentalités. Nous avons choisi de soutenir le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* car il s'intègre parfaitement dans cette logique : il constitue un espace de débats et un incubateur d'idées qui participe à créer, en collectif, les fondations d'une société plus égalitaire.

## AMAZON “NOUS AVONS 50 % DE FEMMES DANS NOS EFFECTIFS ET AU COMITÉ DE DIRECTION EN FRANCE”

ANNE-MARIE HUSSER



Anne-Marie Husser,  
DRH Amazon en France

Les quotas sont-ils devenus un mal nécessaire ? Depuis décembre, la loi Rixain, qui impose un quota de 40 % de femmes dans les comités exécutifs des entreprises de plus de mille salariés d’ici à 2027, a déjà fait bouger les lignes. Parmi un échantillon de cent vingt groupes cotés à la Bourse de Paris (indice

SBF 120), 31 % comptent à ce jour au moins 30 % de femmes au sein de leurs instances alors qu’en 2020 cette proportion était de 18 %.

Si ce signal positif généré par une évolution réglementaire est à saluer, des chiffres seuls ne sauraient constituer une fin en soi. L’égalité est d’abord un engagement qui s’inscrit dans les valeurs de l’entreprise et se traduit dans les comportements des managers et de l’ensemble des collaborateurs de l’entreprise.

Chez Amazon, l’important est d’avoir une représentativité en interne fidèle à la société faite d’hommes et de femmes, à parité. Depuis plusieurs années, nous avons ainsi 50 % de femmes dans nos effectifs et au comité de direction en France.

Nous avons ainsi mis en place des mécanismes lors des recrutements, des évaluations et des promotions pour éviter les biais décisionnels. Nous avons développé des programmes de formation,

sans jamais forcer les chiffres. Cette parité est plus le reflet de notre engagement en faveur de la diversité et de l’inclusion qu’une politique de quotas qui n’existe pas chez Amazon.

En plus de ces actions de fond, nous avons mis en place des programmes de mentorat qui permettent de lutter contre “le syndrome de l’imposteur”. En outre, les jeunes parents, hommes ou femmes, bénéficient d’un congé parental de quatre semaines au-delà du congé légal, financé par Amazon. L’égalité ne se construit au détriment de personne mais au bénéfice de tous et toutes.

Il faut cependant voir plus loin. Conscients que la représentation des femmes dans les filières scientifiques conditionnera la mixité de nos entreprises, en septembre 2020, Amazon a lancé en France le programme Amazon Future Engineer afin de sensibiliser les jeunes et particulièrement les filles aux opportunités offertes par les métiers du numérique. Cette mobilisation vaut également pour la promotion, auprès des publics féminins, de profils de postes plus techniques que des préjugés adressent d’abord à des publics masculins. Ce programme, dispensé en partenariat avec une douzaine d’associations françaises a déjà bénéficié à plus d’une centaine de milliers de jeunes de 6 à 25 ans. Il a notamment permis à trente étudiantes de bénéficier de bourses pour poursuivre des études en sciences de l’informatique à l’École pour l’informatique et les techniques avancées (Epita) et l’École pour l’informatique et les nouvelles technologies (Epitech).

## RÉGION ÎLE-DE-FRANCE “LA RÉGION MET À DISPOSITION DES LOGEMENTS SOCIAUX POUR LES FEMMES VICTIMES DE VIOLENCES CONJUGALES”

VALÉRIE PÉCRESSÉ



Valérie Péresse,  
présidente de la Région  
Île-de-France

Comme nombre de femmes, j'ai dû affronter, tout au long de ma vie professionnelle et politique, le sexisme. J'ai fait de la défense des droits et des libertés des femmes un des fils conducteurs de mon engagement. C'est donc naturellement que je me suis engagée aux côtés du *Think Thank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, avec lequel je partage les

mêmes objectifs de promotion, de protection et de liberté en faveur des femmes. Au conseil régional, j'ai créé les Trophées ellesdeFrance qui récompensent l'engagement féminin dans plusieurs secteurs : innovation, création, solidarité, courage.

Un autre de mes combats est celui de la lutte contre les violences faites aux femmes. Dans le cas des femmes victimes de violences conjugales, il faut agir vite. C'est pourquoi, la Région met à disposition des logements sociaux pour les femmes victimes, a soutenu le 3117 un numéro d'alerte pour les transports ou met en œuvre des arrêts de bus à la demande en soirée. Nous proposons aussi aux femmes et à leurs enfants des séjours de répit et un accompagnement juridique et social.

Concernant les féminicides, nous avons produit en mai 2020 avec notre organisme associé régional le Centre Hubertine-Auclert un rapport sur les mesures prises par l'Espagne pour enrayer la spirale des violences conjugales. Il faut prendre appui sur leur modèle. Le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* doit aider à faire bouger les lignes gouvernementales car des vies sont en jeu.

Sans cesse, il faut se mobiliser pour garantir les droits des femmes mais aussi pour leur assurer une meilleure égalité des droits. C'est dans ce cadre que nous agissons pour développer l'entrepreneuriat au féminin. Nous avons atteint l'objectif de 50 % de femmes entrepreneures accompagnées sur notre programme #Leader de création d'entreprises et nous prévoyons de doubler les financements pour les femmes entrepreneures d'ici la fin du mandat.

L'égalité salariale est un autre de mes objectifs, c'est pourquoi depuis 2020, 300 000 € sont consacrés annuellement au rattrapage salarial. 10,3 % des femmes de la collectivité ont ainsi bénéficié d'une revalorisation au titre de l'égalité femmes-hommes. Nous menons cette transformation dans le cadre d'un plan global égalité femmes-hommes mis en place par la Région Île-de-France, qui a obtenu le label Afnor. Du recrutement à la mise en place des politiques publiques, chaque action est examinée sous l'angle de l'égalité. C'est un travail de longue haleine mais la transformation est en route et rien ne pourra l'arrêter.

NATIXIS  
 “DEPUIS CET ÉTÉ, NOUS COMPTONS  
 56 % DE FEMMES AU SEIN DE NOTRE  
 COMITÉ DE DIRECTION GÉNÉRALE”

CÉCILE TRICON-BOSSARD



Cécile Tricon-Bossard,  
DRH du groupe Natixis

**Pourquoi avez-vous rejoint le Think Tank Marie-Claire Agir pour l'Égalité ?**

La diversité et le respect de l'autre sont au cœur de notre ADN de groupe mutualiste. Au-delà de la dimension éthique, la diversité des sexes, comme celle des cultures, des générations d'ailleurs, est un facteur de performance, c'est prouvé depuis long-

temps maintenant. Mais c'est aussi un facteur d'attractivité, une dimension incontournable dans ce contexte actuel de guerre des talents. C'est donc tout naturellement que nous avons décidé de rejoindre le Think Tank dès sa création en 2018 afin de promouvoir ces valeurs d'égalité qui nous sont chères et d'échanger avec d'autres acteurs de différents secteurs. Je crois profondément que c'est par une action commune que nous pourrions progresser et faire évoluer les mentalités.

**Quelle est votre dernière avancée en termes d'égalité femmes-hommes au sein de votre entreprise ?**

La finance demeure un territoire encore très masculin. Selon une étude récente du FMI, seulement 2 % des banques de la planète comptent une femme à leur tête. Chez Natixis, nous avons décidé de changer les choses en prenant des engagements concrets et en soutenant en 2012 la création de notre réseau Women in Natixis Network, dont je suis l'une des membres fondatrices.

En dix ans, et grâce à cette politique volontariste, nous avons réussi à obtenir des avancées concrètes. Nous comptons ainsi depuis cet été 56 % de femmes au sein de notre comité de direction générale et 35 % au sein de notre deuxième cercle de leadership, les seniors leaders. Une autre avancée concerne la mixité des métiers et la valorisation des rôles modèles féminins dans les métiers réputés masculins comme ceux de la tech. Aujourd'hui, nous avons réussi à avoir 50 % de femmes dans notre promotion interne de collaborateurs formés aux métiers du développement informatique.

**Si vous aviez une proposition à porter en faveur de l'égalité, laquelle serait-elle ?**

Le développement d'une culture davantage inclusive dans les entreprises est pour moi indispensable. Il faut commencer par faire évoluer les préjugés, stéréotypes et autres clichés qui continuent d'être la source de nombreuses inégalités dans l'entreprise et la société en général. Des actions de sensibilisation, notamment autour des biais inconscients, pour faire évoluer les comportements au quotidien me semblent absolument prioritaires. Dans notre plan stratégique, nous nous sommes ainsi fixé comme objectif d'avoir formé 100 % de nos leaders au leadership inclusif d'ici fin 2024.

## GREAT PLACE TO WORK “CHEZ NOUS, LES FEMMES DOIVENT AVOIR LE CHOIX D'ENTREPRENDRE”

LÉA BINET-FERTÉ



Léa Binet-Ferté,  
directrice générale adjointe  
de Great Place To Work  
France

### **La confiance est source de performance dans les organisations.**

Ce constat se vérifie particulièrement en période de crise\*. L'égalité et l'inclusion sont des facteurs clés pour établir cette confiance. L'opinion perçoit que des progrès ont été réalisés en matière d'égalité femmes-hommes, et que l'entreprise peut être source de progrès social : d'après

notre enquête annuelle, en 2022, 77% des actif.ve.s français.es estiment que « *l'entreprise est un environnement propice à la réussite professionnelle des femmes* » et 76% que « *les femmes ont les mêmes chances que les hommes d'accéder à des postes de direction* ».

### **Malgré ce constat positif, l'égalité reste inachevée.**

L'écart de salaire moyen est de 22% d'après les données les plus récentes de l'Insee. Cet écart s'explique par une proportion importante de femmes à temps partiel, mais aussi par la nature des emplois occupés, le niveau managérial, les secteurs d'activité...

### **L'environnement de travail fait la différence.**

Les tabous autour de la parentalité, les comportements sexistes ou l'autocensure demeurent des freins majeurs pour les femmes au travail. L'égalité est aussi connexe à la problématique des salarié-es aidant-es, qui prend une place de plus en plus importante. Dans ce contexte, les réglementations, qui renforcent les exigences de mixité, en particulier la loi du

24 décembre 2021 qui vise 40% de femmes parmi les cadres dirigeants d'ici 2030, prennent tout leur sens.

### **Nous soutenons le libre choix des femmes.**

Elles doivent avoir le choix d'étudier et d'exercer une profession qui correspond à leurs aspirations et leurs talents, d'avoir une carrière plus ou moins linéaire, d'entreprendre... L'entreprise peut agir sur de nombreux leviers pour améliorer l'expérience collaboratrice et sensibiliser l'ensemble de ses parties prenantes, avec un impact qui dépasse les frontières de ses bureaux, usines, entrepôts ou boutiques.

### **Multiplions les rôles modèles.**

Nous en mesurons l'importance dans nos représentations collectives ! Notre liste Best Workplaces For Women contribue à valoriser ces entreprises engagées. Trente entreprises, de différentes tailles et de secteurs variés (banque et assurance, industrie pharmaceutique, conseil en management...) ont fait le choix de croire en leur capital humain, faisant ainsi de l'expérience collaboratrice un levier majeur de leur performance. L'égalité professionnelle est possible, faisons en sorte qu'un maximum d'organisations en soient inspirées et les suivent !

### **L'égalité entre les hommes et les femmes n'est pas encore acquise.**

Elle se construit progressivement, notamment grâce au *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité*, grâce aussi à la complémentarité des engagements des acteurs privés, des médias et des pouvoirs publics qui œuvrent à construire un futur du travail plus inclusif.

(\* *Pourquoi les « entreprises où il fait bon travailler » surperforment en temps de crise*, Thibault Perrin, theconversation.com, 6 juillet 2020.

# PALMARÈS GREAT PLACE TO WORK DES ENTREPRISES APPLIQUANT L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Great Place To Work et le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité* s'engagent tous les ans pour promouvoir la liste des Best Workplaces for Women.

Cette liste (classée ci-contre par ordre alphabétique) a pour ambition de récompenser et mettre en lumière une vingtaine d'entreprises vertueuses où il fait bon travailler pour toutes et tous.

Ces entreprises, qui font partie du Palmarès Best Workplaces France 2022, souhaitent renforcer leur impact positif sur la société, notamment sur la question fondamentale de l'égalité femmes-hommes et les enjeux d'inclusion et de diversité associés.

**ABBVIE**  
**ABYLON**  
**AMERICAN EXPRESS FRANCE**  
**BIOGEN FRANCE**  
**BLEU LIBELLULE**  
**BROWN-FORMAN FRANCE**  
**COFIDIS FRANCE**  
**EBAY FRANCE**  
**EFFY**  
**EPSA TAX & INNOVATIONS**  
**FBD GROUP FRANCE**  
**GARANCE**  
**GEDEON RICHTER FRANCE**  
**HOMESERVE**  
**INGRAM MICRO SAS**  
**INTUIT QUICKBOOKS**  
**LELYNX**  
**L'OLIVIER ASSURANCE**  
**MAILINBLACK**  
**MÉDIAPERFORMANCES**  
**MONABANQ**  
**OPENCLASSROOMS**  
**PLATFORM.SH**  
**SC JOHNSON SAS**  
**SQORUS**  
**START PEOPLE**  
**STRYKER FRANCE**  
**UTOPIES**  
**WAVESTONE**  
**W.L. GORE & ASSOCIÉS SARL**



# ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE



Flashez ce QR code  
pour accéder au replay de la session  
sur [marieclaire.fr](https://marieclaire.fr)

# SALAIRES, REVENUS, GOUVERNANCE... COMMENT GARANTIR L'ÉGALITÉ ?

## Éducation

- 44** Dans tous les cursus d'enseignement supérieur, intégrer des modules de formation obligatoires dédiés aux techniques de négociation salariale et d'obtention de promotions.
- 45** Au sein des écoles et des universités, créer une campagne de promotion spéciale à destination des étudiantes pour les sensibiliser à l'importance de ce module.
- 46** Dans l'enseignement secondaire, veiller à informer tous les élèves sur les programmes de mentorat ou de bourses existants dans le but d'encourager notamment les jeunes filles à ouvrir leurs champs des possibles en termes de formation future.
- 47** Dans les rectorats, intégrer au plan académique de formation (PAF) des rencontres à destination des conseillers d'orientation (PsyEn) pour la construction de projets d'orientation et de formation moins genrés.

## Parentalité

- 48** Maintenir la rémunération à 100 % pendant les congés de maternité et paternité.

## Mixité et parité

- 49 Poser des objectifs personnels de mixité aux dirigeant-es et aux managers** pour leurs équipes. Lier les objectifs de mixité avec le dispositif de rémunération variable afin que ces objectifs soient incitatifs.
- 50 Fixer des objectifs de mixité sur les stagiaires, les alternant-es et les recrutements juniors**, en particulier dans les secteurs d'activité à faible mixité.

## Recrutement

- 51 Ouvrir systématiquement et officiellement les postes à pourvoir sur la plateforme de candidatures internes** afin d'encourager les femmes salariées à la mobilité interne.
- 52 Veiller à ce que tous les candidat-es de la short list soient reçu-es en entretien** par les managers indifféremment de leur genre ou de leur sexe.

# SALAIRES, REVENUS, GOUVERNANCE... COMMENT GARANTIR L'ÉGALITÉ ?

## Progression des carrières des femmes

- 53** Encourager les syndicats ou les alliances professionnelles à promouvoir auprès des entreprises le processus de revues de talents (talent review) permettant d'identifier en interne les femmes leaders et pouvant occuper une fonction de direction.
- 54** Encourager la mise en place d'un accompagnement pour les femmes à moyen et long terme par le biais du mentorat au sein de l'entreprise.
- 55** Accompagner les femmes dans leur parcours de carrière et lors de périodes de reconversion en montant des académies de femmes fondées sur le mentorat et le sponsorship.
- 56** Encourager les entreprises à proposer du coaching pour les femmes qui souhaitent bénéficier de mobilité interne.

## Sensibilisation et formation

- 57** Inciter les entreprises à mettre en place une journée annuelle de sensibilisation sur les inégalités professionnelles et la lutte contre le sexisme. Cette journée pourrait être instaurée à l'occasion du 8 mars, journée internationale des droits des femmes.
- 58** Former 100 % des managers au leadership inclusif.

## Lutte contre les inégalités salariales

- 59 Prendre en compte dans le calcul des inégalités salariales la problématique des primes spéciales** de sujétion liées à la pénibilité des métiers (heures de nuit, heures supplémentaires, etc.).
- 60 Pour les professions réglementées, établir des statistiques de revenus femmes-hommes** en fonction des critères suivants:
- secteur d'activité identique
  - statut professionnel: associé, individuel,
  - collaborateur·rice, salarié·e
- 61 Obliger les entreprises à publier dans leurs offres d'emploi le salaire proposé** a minima avant négociation.
- 62 Encourager les entreprises et leurs services de ressources humaines à créer une boîte e-mail "demande égalité"** pour faire remonter tous soupçons de discrimination genrés et permettant de demander un entretien ou un complément d'enquête.
- 63 Proposer des formations à destination des PME** pour les aider à analyser les éventuelles inégalités salariales au sein de leurs structures.

# SALAIRES, REVENUS, GOUVERNANCE... COMMENT GARANTIR L'ÉGALITÉ ?

## Lutte contre les inégalités salariales *(suite)*

### **64** Continuer d'améliorer l'index Égalité professionnelle notamment :

- En revoyant l'indicateur n° 4 afin qu'il soit aligné avec l'obligation faite aux entreprises de faire bénéficier les salariées de retour de congé maternité de la moyenne des augmentations individuelles perçues pendant la durée de leurs congés et du pourcentage d'augmentation générale.
- Pour les grandes entreprises avec plusieurs entités : en optant pour une publication au niveau du groupe et non de l'unité économique et sociale (UES) en cas d'entreprise à établissements multiples.

## Féminisation des instances de financement

### **65** Fixer des objectifs de mixité aux fonds d'investissement attribuant des financements aux start-up et les sensibiliser à la question de l'éga-conditionnalité.

### **66** Mettre en place des présidences alternées femmes-hommes dans les chambres et les ordres professionnels.

### **67** Étendre les dispositions légales sur la parité dans les comités de direction aux entreprises de plus de cinq cents salarié·es.

AXA  
 “NOUS METTONS AU POINT  
 DES PROGRAMMES  
 DE PROMOTION DES TALENTS,  
 DE MENTORING ET DE COACHING  
 DÉDIÉS AUX FEMMES”

PATRICK COHEN



Patrick Cohen,  
 directeur Général d'AXA  
 France

**Pourquoi avez-vous rejoint le *Think Tank Marie-Claire Agir pour l'Égalité* ?**

Voilà plusieurs décennies qu'AXA France a fait de l'inclusion et de la mixité une priorité. Par exemple, dès les années 90, le fondateur d'AXA, Claude Bébéar, lançait les CV anonymes. Depuis, nous avons continué de jouer ce rôle de pionnier, notamment sur l'enjeu essentiel de

la parité. C'est pourquoi nous avons tenu à être partenaire du sein du *Think Tank Marie-Claire Agir pour l'Égalité* dès sa création, pour promouvoir ces idéaux de justice et de diversité au sein de notre entreprise et dans la société. Par ses travaux et les rencontres qu'il favorise, ce Think Tank ne cesse de mettre en lumière la nécessité de l'engagement en faveur des femmes et permet un partage précieux des bonnes pratiques.

**Quelle est votre dernière avancée en termes d'égalité femmes-hommes au sein de votre entreprise ?**

À mon arrivée chez AXA France, j'ai tenu à nommer un comité exécutif paritaire, avec notamment trois femmes à la tête de nos cinq business units. Cette avancée est le fruit d'un travail de longue haleine, grâce à la politique volontaire en faveur de l'égalité professionnelle qu'AXA France mène depuis près de deux décennies. D'abord, en veillant à l'équilibre entre hommes et femmes dans les nominations, les promotions, les formations, les recrutements et bien

sûr les augmentations salariales. Ensuite, en mettant au point des programmes de promotion des talents, de mentoring et de coaching dédiés aux femmes. C'est ce qui nous a permis d'atteindre la quasi-parité parmi les trois cents dirigeants d'AXA France. Et enfin, en poursuivant nos investissements pour annuler les écarts de salaires injustifiés entre hommes et femmes, féminiser certains métiers, et bien sûr prévenir le sexisme et le harcèlement sexuel.

**Si vous aviez une proposition à porter en faveur de l'égalité, laquelle serait-elle ?**

L'entrepreneuriat féminin et l'ouverture aux femmes des métiers de la tech me semblent essentiels. À ce titre, nous avons engagé un partenariat avec Les Décodeuses, qui œuvre en faveur de la féminisation des métiers du numérique, notamment par des formations. Notre action est soutenue par une conviction forte : la parité et l'égalité dans l'entreprise ne sont ni des variables d'ajustement ni des effets d'annonce. Ce sont les conditions de l'expression de tous les talents, de l'épanouissement de chacun, et par conséquent de la croissance durable de l'entreprise. C'est très enthousiasmant de voir que l'entreprise peut et doit être un territoire d'impact en jouant son rôle d'exemplarité.

EDF  
 “NOUS SOUHAITONS RECRUTER  
 40 % DE FEMMES DANS  
 DES FILIÈRES OÙ LEUR PRÉSENCE  
 AVOISINE LES 28 % AUJOURD’HUI”

CHRISTOPHE CARVAL



Christophe Carval,  
DRH du groupe EDF

Les actions que nous amplifions en 2022 sont emblématiques des évolutions contemporaines sur la place des femmes dans notre société et nos industries. Le *Think Tank Marie-Claire Agir pour l'Égalité* est un lieu où puiser des idées et partager les bonnes pratiques. À l'heure où le groupe EDF recrute 15500 nouvelles collaboratrices et

technique. Pour cela nous ne relâchons ni nos efforts ni notre créativité.

Nous multiplions les actions pour éveiller des vocations féminines dès le plus jeune âge vers les filières techniques : 500 salariées marraines EDF “Elles bougent” interviennent dans des classes de collèges et de lycées, lors de salons ou de visites de nos sites industriels, dans les stages de 3<sup>e</sup>. Plus de 91000 visiteuses et visiteurs ont été accueilli-es pour découvrir nos métiers depuis début 2022. La diversité de nos salarié-es et de leurs parcours est une force de notre marque employeur.

Pour favoriser l'égalité femmes-hommes, EDF agit sur l'égalité salariale, l'égalité des chances dans les parcours professionnels, la lutte contre les agissements sexistes et les stéréotypes de genre. Les progrès réalisés sont tangibles : EDF SA est parvenue à quasiment supprimer l'écart de la rémunération principale depuis plusieurs années déjà. Nous allons au-delà de notre responsabilité d'employeur pour que l'entreprise soit un lieu de soutien et d'écoute pour ses salariés victimes de violences. Avec l'aide du réseau Energies Mixité, nous formons et sensibilisons les personnes ressources, les équipières et les équipiers, les manageuses et les managers. EDF SA a mené une grande campagne interne de sensibilisation en 2022 pour prévenir les agissements sexistes et sexuels au travail.

Chacune et chacun d'entre nous a un rôle à jouer pour que l'entreprise soit un lieu où il fait bon travailler et contribue ainsi à une transition juste et inclusive de notre société.

collaborateurs, nous sommes plus que jamais attentifs à nos recrutements féminins. En effet, c'est un vivier de sourcing de compétences potentiel encore trop peu exploré par les entreprises et notre ambition est de diversifier nos profils notamment par la mixité. Pour soutenir notre démarche, c'est-à-dire viser 36 à 40 % de femmes dans l'ensemble du Groupe d'ici 2030, nous souhaitons recruter 40 % de femmes dans des filières où leur présence avoisine les 28 % aujourd'hui. Nous testons de nouvelles démarches : mixité des jurys d'embauche, participation à des e-forum dédiés aux recrutements de femmes, etc. Nous innovons aussi dans nos campagnes de recrutement : portraits de femmes avec des influenceuses, rédaction plus inclusive de nos offres d'emploi, campagnes de recrutement qui font la chasse aux idées reçues sur le fait d'être une femme dans un métier

RATP  
“NOTRE ENTREPRISE APPLIQUE  
LA TOLÉRANCE ZÉRO FACE  
AU HARCÈLEMENT SEXUEL ET FACE À TOUS  
LES AGISSEMENTS SEXISTES”

ANAÏS LANÇON



Anaïs Lançon, membre du Comex du Groupe RATP; directrice de la communication, de l'engagement et de la marque pour le Groupe RATP

Depuis quatre ans, le Groupe RATP est heureux et fier d'être associé au *Think Tank Marie-Claire Agir pour l'Égalité*. L'égalité professionnelle constitue en effet une valeur cardinale pour notre entreprise, à tous les niveaux : je suis membre de notre comité exécutif paritaire et les femmes représentent près de la moitié (45 %) des cadres recrutés en 2021. Résultat de cette politique volontariste :

en 2021, la RATP a obtenu le score de 100 points sur 100 à l'index de l'égalité professionnelle hommes-femmes, ou indice Pénicaud.

Mais l'égalité se vit également au quotidien, sur le lieu de travail. Pour cette raison, notre entreprise applique la tolérance zéro face au harcèlement sexuel et face à tous les agissements sexistes. À la RATP, tous les faits avérés ont systématiquement donné lieu à des poursuites disciplinaires. Cette tolérance zéro est aussi au cœur de la campagne interne que nous avons lancée en juin 2022 : basée sur des verbatims de propos réellement tenus, cette campagne de sensibilisation veut faciliter la libération de la parole, sans jamais banaliser des signale-

ments de victimes ou de témoins. Engagé contre le harcèlement dans l'entreprise, le Groupe RATP lutte également contre le harcèlement dans les transports : en lien étroit avec notre autorité organisatrice, Île-de-France Mobilités, ce sont 5 000 bornes d'appel qui sont déployées dans tous nos espaces, alors que nous avons formé 6 500 agents, prêts à intervenir à tout moment.

Enfin, au cours de l'année 2022, le groupe RATP a fortement réaffirmé son engagement pour la tech au féminin et participe au prix Tech For Women. Alors qu'à peine 8 % de femmes se lancent dans la création de start-up, nous avons choisi de nous mobiliser face à cette situation inacceptable. La parité et la mixité figurent ainsi au premier rang des critères qui orientent nos décisions d'investissements dans les start-up. En outre, l'innovation au sein de notre entreprise est assurée à 40 % par des femmes. Par ailleurs, notre filiale RATP Capital Innovation a signé la Charte du collectif SISTA, pour réduire les inégalités de financement entre les femmes et les hommes entrepreneurs.

DELOITTE  
 “NOUS ALLONS ADOPTER  
 UN VÉRITABLE ‘PLAN MARSHALL’  
 DE L’INCLUSION AU TRAVAIL”

GIANMARCO MONSELLATO



Gianmarco Monsellato,  
 président de Deloitte France  
 et Afrique francophone

Depuis plusieurs années, Deloitte s’est engagé dans la lutte contre les discriminations entre les femmes et les hommes. Personnellement, je me suis fortement impliqué sur ces questions de l’égalité professionnelle lorsque j’étais à la tête de Taj, l’un des premiers cabinets d’avocats français, devenu Deloitte Société d’Avocats. C’est à ce titre que j’ai reçu

en 2013 le prix international Women Empowerment Principles, décerné par l’Onu et récompensant l’exemplarité de dirigeants en matière de parité dans le milieu professionnel.

Aujourd’hui, en tant que président de Deloitte France et Afrique francophone, j’ai introduit la parité et le leadership inclusif comme un des piliers majeurs et stratégiques contribuant au développement de notre groupe. D’ailleurs, n’est-il pas logique et légitime que notre rôle de conseil et d’accompagnement des entre-

prises – dans leur transformation mais aussi de pré-curseur de tendances – fasse écho à l’évolution de la société?

Notre participation au *Think Tank Marie Claire Agir pour l’Égalité* s’inscrit donc dans le prolongement de cette démarche en faveur d’une société ouverte à tous les talents.

Pour concrétiser notre ambition en faveur de l’égalité femmes-hommes, j’ai souhaité que nos convictions, partagées avec l’ensemble des collaborateurs de Deloitte, se traduisent en actes forts.

J’ai donc proposé à mes équipes d’adopter un véritable “plan Marshall” de l’inclusion au travail, avec quatre mesures fortes. La première concerne l’égalité salariale et l’équité des promotions. La deuxième s’appuie sur la nomination d’un leader parité, responsable du suivi du sujet vis-à-vis du management de notre firme. La troisième concerne la mise en place de la Charte Deloitte des bonnes pratiques, destinée à corriger les discriminations ponctuelles mais aussi les gestes du quotidien relevant du sexisme ordinaire. Enfin, la quatrième accompagne les femmes en investissant sur leur développement professionnel. Dans cette optique, nous développons un nouveau programme pilote de type “haut potentiel”, une sorte d’incubateur de talents qui a pour vocation de préparer les leaders de demain. Il doit contribuer à la diversification de la population dirigeante et à la féminisation du partnership.

Comme je le disais il y a dix ans: “*La parité dans l’entreprise est un enjeu business et ne peut rester cantonnée à un enjeu sociétal.*”

## COMITÉ NATIONAL DES BARREAUX “LA PROFESSION D'AVOCAT EST TRÈS FÉMINISÉE : 58 % DES AVOCATS SONT DES AVOCATES”

FLORENCE NEPLE ET JÉRÔME GAVAUDAN



Florence Neple,  
avocate, présidente de la  
commission Égalité au  
Conseil national des barreaux



Jérôme Gavaudan,  
président du Conseil  
national des barreaux

La lutte pour l'égalité réelle est au cœur même de la profession d'avocat. Nous travaillons tous les jours pour que chaque citoyen ait un égal accès à la justice et à ses droits. Ce combat nous le menons au profit des justiciables mais aussi au sein de nos cabinets. Promouvoir l'égalité, c'est faire progresser notre profession tout entière.

À l'heure où les inégalités sont croissantes en France, nous devons continuer à faire progresser l'égalité, veiller à préserver des bases plus justes,

plus équitables et plus loyales. C'est la raison pour laquelle l'égalité constitue pour la profession un enjeu majeur. Elle est force de progrès, de justice, de paix sociale, un atout économique et d'attractivité pour les plus jeunes.

L'égalité est protéiforme : égalité des chances, égalité de traitement... Elle revêt tant d'aspects qu'on ne sait parfois pas vraiment à quel versant s'attaquer.

Pour nous, les avocats, notre arme est le droit. Nous utilisons la loi pour faire avancer l'égalité. Nous prenons part aux débats, nous analysons les textes existants et proposons des améliorations. Et, surtout, nous veillons à ce que ces textes soient appliqués pour tous, de la même façon, dans les mêmes conditions.

Le Conseil national des barreaux est un organisme parfaitement paritaire : ses élu-es sont pour moitié des femmes, venant de tout le territoire. La profession même d'avocat est d'ailleurs très féminisée : 58 % des avocats sont des avocates. Et notre engagement se traduit aussi par nos contributions dans des organismes de réflexion tel que le *Think Tank Marie Claire Agir pour l'égalité*.

L'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes est une réalité qu'il faut faire exister en France. Elle est inscrite dans la loi mais doit être appliquée dans le quotidien. Les principes d'égalité et de non-discrimination sont au cœur des droits humains. Nous en sommes les gardiens, les vigies permanentes : saisissez les avocats pour faire valoir vos droits et faire avancer l'égalité.



# ÉGALITÉ DANS LE SPORT



Flashez ce QR code  
pour accéder au replay de la session  
sur [marieclaire.fr](https://marieclaire.fr)

# COMMENT LUTTER CONTRE LE SEXISME ET ATTEINDRE L'ÉGALITÉ DANS LE MONDE SPORTIF ?

## Le rôle et la composition des fédérations sportives

- 68 Conditionner l'attribution de subventions aux fédérations sportives** à la création ou au développement d'une section féminine au niveau national.
- 69 Encourager les partenariats entre les fédérations et les écoles maternelles et primaires** dans la découverte, sans stéréotypes des différents métiers et services des fédérations.
- 70 Accompagner les équipes encadrantes** (entraîneur·ses, coachs) dans l'éveil aux spécificités physiologiques du corps féminin par des modules d'éducation féminine.
- 71 Conditionner les subventions allouées aux fédérations** à la mise en place d'un quota de femmes dans le personnel sportif (encadrante, arbitre, entraîneuse).
- 72 Imposer la parité des participant-es lors des votes, élections et nominations** au sein des instances de gouvernance des fédérations sportives.

## La place des femmes dans des médias sportifs

- 73** Veiller à la **présentation des métiers du journalisme sportif** lors du forum des métiers.
- 74** **Développer des bourses d'étude** pour les étudiantes en journalisme sportif.
- 75** **Conditionner les subventions aux médias sportifs** portant sur les stéréotypes de genres et le micro-sexisme.
- 76** **Créer et mettre à disposition une base de données d'expertes**, de consultantes sportives mobilisables par les médias sportifs.

## La lutte contre les violences sexuelles

- 77** **Inciter les fédérations à nommer des anciennes victimes comme porte-parole** en leur sein pour conduire les programmes de sensibilisation aux violences sexuelles à destination des athlètes et des encadrant-es.
- 78** **Étendre le contrôle d'honorabilité** à tous corps de métier en contact avec des mineur-es dans le sport.
- 79** **Conditionner les subventions publiques aux fédérations à la création d'un service d'accompagnement aux dépôts de plainte** en cas d'acte de violence sexuelle (également sur les réseaux sociaux).

# COMMENT SOUTENIR PLUS LARGEMENT LA PRATIQUE DES FEMMES ?

## Le rôle du ministère et des régions

- 80** Créer un poste de délégué-e interministériel-le entre ces deux institutions.
- 81** Réaliser une campagne de sensibilisation à destination des femmes en privilégiant le terme d'activité physique à celui de sport, pour valoriser les pratiques douces.
- 82** Allouer de nouveaux budgets pour le développement des sections féminines des fédérations.
- 83** Favoriser la mixité dans les équipements sportifs publics à travers le type d'équipement, l'implantation et les caractéristiques du lieu (proximité, confort, sécurité, couleurs et marquage). Multiplier et optimiser les infrastructures accueillant les clubs féminins.
- 84** Créer une allocation "bien être" permettant d'acheter des équipements sportifs.
- 85** Mettre en place une allocation sportive à destination des familles pour qu'il n'y ait pas de frein économique à la pratique.

- 86** **Créer une plateforme unique pour recenser les offres,** les initiatives et les associations qui proposent des activités sportives.
- 87** **Créer une campagne régionale de sensibilisation** à la pratique sportive des jeunes filles en coopération avec des sportives de haut niveau.

## Le rôle des entreprises

- 88** **Développer les pactes de performance sportives-entreprises** pour soutenir les grandes sportives dans leur carrière et leur reconversion.
- 89** **Intégrer de manière systématique la pratique sportive dans les politiques** qualité de vie au travail (QVT) et de responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

## Le rôle de l'école

- 90** **Sensibiliser les équipes encadrantes** à proposer des animations sportives mixtes lors de la récréation et des cours de sport.
- 91** **Réorganiser de façon systématique et homogène l'organisation des cours de récréation, cantines ou toilettes** à l'école pour favoriser l'égalité entre les filles et les garçons; notamment au regard des installations sportives (cages de foot, marquages au sol...).

# REMERCIEMENTS À NOS PARTENAIRES

(PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE)

**AMAZON FRANCE** *France de Roquemaurel*, public relations manager.

*Anne-Marie Husser*, directrice des ressources humaines. *Élise Beuriot*, responsable programme Amazon Future Engineer. *Claire Scharwatt*, responsable des affaires publiques.

**AXA FRANCE** *Patrick Cohen*, directeur général. *Ulrike Decoene*, directrice de la communication, de la marque et du développement durable du groupe. *Jesila Bensalah*, responsable de la stratégie d'influence. *Valérie Leselbaum Stepler*, directrice relations médias, influence, réputation et mécénat. *Amélie Watelet*, directrice des ressources humaines.

**COMITÉ NATIONAL DU BARREAU (CNB)** *Coraline Vastra*, directrice communication.

*Florence Neple*, avocate et présidente de la commission égalité.

**DELOITTE** *Charlotte Vandeputte*, associée du cabinet Deloitte, en charge des talents pour la France et l'Afrique francophone. *Nadia Dussol*, responsable presse. *Émilie Garin*, cheffe de projets RH. *Lucille Chabanel*, avocate associée et parity leader chez Deloitte France.

**EDF** *Carine de Boissezon*, directrice du développement durable. *Christophe Carval*, directeur des ressources humaines. *Corinne Chouraqui*, secrétaire générale d'Énergies de Femmes. *Yann Illiaquer*, responsable diversité. *Laure Hervé*, responsable du pôle projets mécénat.

**ENGIE** *Valérie Gaudart*, directrice culture et communautés.

*Élisabeth Richard*, présidente du réseau Women in Networking (WIN).

**GREAT PLACE TO WORK** *Jullien Brezun*, directeur général. *Sarah Ferry*, directrice marketing et communication. *Tiphaine Galliez*, directrice consulting, Great Place To Work. *Romain Deschamps* directeur communication et marketing.

**L'ORÉAL** *Jean-Claude Legrand*, directeur du développement international des ressources humaines et directeur corporate diversité. *Anne-Laure Thomas Briand*, directrice diversité et inclusion France. *Margaret Johnston-Clarke*, directrice monde diversité et inclusion.

**MATTEL** *Élisabeth Moet*, directrice marketing et digital Mattel France

**NATIXIS** *Nicolas Namias*, directeur général. *Cécile Tricon-Bossard*, directrice des ressources humaines. *Sabine L'Affeter*, responsable communication ressources humaines. *Christelle Room*, responsable diversité et inclusion. *Gabriel Houette*, head of culture et conduct.

**RATP** *Catherine Guillouard*, présidente directrice générale. *Anaïs Lançon*, directrice de la communication et de la marque. *Sandrine Charnoz*, cheffe de projet lutte contre le harcèlement sexuel dans les transports. *Nicolas Martin*, responsable sponsoring sportifs.

**RÉGION ÎLE-DE-FRANCE** *Valérie Péresse*, présidente de la Région Île-de-France.

*Anne-Claire Tyssandier*, directrice de cabinet adjointe. *Perrine Danmanville*, directrice de la communication. *Charlotte Baelde*, déléguée spéciale à l'égalité femmes-hommes.

**THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE** *Hélène Etzi*, présidente. *Nathalie Dray*, directrice de la communication. *Magali Pelonero*, responsable ressources humaines senior - Rémunération et Avantages Sociaux/Diversité et Inclusion. *Pauline Dauvin*, vice-présidente Programmation, Production et Ventes Publicitaires.

**UNESCO** *Audrey Azoulay*, directrice générale. *Gabriela Ramos*, sous-directrice pour les sciences sociales et humaines. *Anna-Maria Majlõf*, spécialiste du programme section de l'inclusion, des droits et du dialogue. *Garance Sarlat*, assistante du programme section de l'inclusion, des droits et du dialogue. *Julien Ravalais-Casanova*, conseiller auprès de la directrice générale chargé des partenariats, des relations avec la société civile et le secteur privé. *Philipp Müller-Wirth*, chef de la section sport du secteur des sciences sociales et humaines de l'Unesco.

**WW** *Yannick Hnatkow*, directrice générale. *Joël Thivet*, VP et chief marketing, digital officer France. *Judith Samama*, directrice des ressources humaines. *Delphine Théard*, head of program and Science chez WW France et PhD.

## REMERCIEMENTS AUX PARTENAIRES MÉDIAS

(PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE)

**L'ÉQUIPE** Jérôme Saporito, directeur du pôle TV. Yannick Lemaire, directeur de la communication.

**FRANCE TÉLÉVISIONS** Delphine Ernotte, présidente. Valérie Vidal, directrice déléguée promotion média. Marie-Anne Bernard, directrice responsabilité sociale et environnementale. Catherine Alvaresse, directrice des documentaires. Stéphane Sitbon, directeur des antennes et des programmes.

**PUBLIC SÉNAT** Christopher Baldelli, président. Virginie Duval, directrice de la communication et des partenariats.

**RADIO FRANCE** Nathalie Iannetta, directrice des Sports. Corinne Poncey, responsable des partenariats.

## REMERCIEMENTS AUX MEMBRES DU JURY DU PRIX TECH FOR WOMEN

(PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE)

**AXA FRANCE** Ulrike Decoene, directrice groupe de la communication, de la marque et du développement durable. Corinne Guillemain, directrice innovations et services santé et prévoyance. Valérie Leselbaum Stepler, directrice relations médias, influence, réputation et mécénat. Patrick Cohen, directeur général. Diane Deperrois, directrice générale AXA Santé et Collectives.

**BILOBA** Alexandra Melloul, chief marketing officer.

**BOUGE TA BOÎTE** Marie Eloy, fondatrice.

**ÉCOLE 42** Sophie Viger, directrice générale.

**ENTREPRENEURIAT AU FEMININ** Goretty Ferreira, fondatrice et dirigeante.

**JOONE** Carole Juge-Llewellyn, fondatrice et CEO.

**MA BONNE FÉE** Delphine Cochet, CEO.

**MINISTÈRE DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMME ET LES HOMMES, DE LA DIVERSITÉ ET DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES** Claire Nodenot, chargée de mission au sein du bureau de l'égalité femmes-hommes dans la vie professionnelle au Service des droits des femmes et de l'égalité.

**MON SHÉRIF** Dominique Brogi, fondatrice.

**RADIO FRANCE** Fanny Annot-Oualia, directrice du numérique France Inter. Stéphanie Chazel, déléguée au numérique à France Musique.

**RATP** Sandrine Charnoz, cheffe de projet lutte contre le harcèlement sexuel dans les transports.

**SOCIAL BUILDER** Emmanuelle Larroque, directrice et fondatrice. Johanna Pons, directrice de la sensibilisation et de la communication.

**WILLA** Nicolas Silva, chargé de programme. Flore Egnell, déléguée générale. Sarah Tahlaiti, directrice développement et programmes.



**THINKTANK marie claire**  
**AGIR POUR L'ÉGALITÉ**

POWERED BY **CONNECTING LEADERS CLUB**



Retrouvez-nous sur [LinkedIn](#) - Think Tank Marie Claire Agir pour l'Égalité