

CRÉER ET ANIMER UN RÉSEAU MIXITÉ EN ENTREPRISE

www.interelles.com



Groupe de travail animé par :
 Laurence Dejouany avec Joëlle Bertani, Anna Dworzynska, Florence Gury, Sylvie Haas
 Dessins de Delize

RÉSEAUX DE 14 ENTREPRISES TECHNOLOGIQUES ET SCIENTIFIQUES












PILOTAGE

CE TRAVAIL S'APPUIE SUR L'EXPÉRIENCE DU CERCLE INTERELLES ET DE L'ENSEMBLE DE SES RÉSEAUX INTERNES À CHAQUE ENTREPRISE. VOUS TROUVEREZ ENCORE BIEN DES RESSOURCES SUR NOTRE SITE WWW.INTERELLES.COM, DANS LES ACTES DES COLLOQUES ANNUELS, COMME DANS LA BOÎTE À OUTILS.

VOUS RENCONTREZ DES RÉSISTANCES, DE LA PART DE CERTAINS HOMMES, MAIS AUSSI DE FEMMES. N'EN SOYEZ PAS ÉTONNÉ.E.S, MÊME SI LES RÉSEAUX MIXITÉ COMMencent À SE BANALISER EN FRANCE ET QUE CES RÉSISTANCES SONT DE MOINS EN MOINS FORTES. CES CONSEILS SONT LÀ POUR VOUS AIDER À CRÉER VOTRE LÉGITIMITÉ.






SOMMAIRE

-  **3/** PILOTAGE
-  **3/** ORGANISATION
-  **4/** RESSOURCES ALLOUÉES
-  **4/** OBJECTIFS DU RÉSEAU
-  **5/** FACTEURS DE RÉUSSITE
-  **6/** FACTEURS D'ÉCHEC
-  **7/**
8/
9/ CATALOGUE D'ACTIONS
-  **10/**
11/
-  **12/**
13/ LA PLACE DES HOMMES
-  **13/**
14/ RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES SOCIAUX
-  **15/**
16/ RELATIONS AVEC LES AUTRES RÉSEAUX

-  La création du réseau peut avoir été impulsée par la direction de l'entreprise, dans le cadre d'une politique diversité, qui nomme alors à sa tête une cadre dirigeante pour l'animer.
-  Plus souvent c'est un groupe de personnes, majoritairement constitué de femmes, qui se constitue en réseau. Il leur appartient ensuite d'officialiser cette création avec le soutien de la direction de l'entreprise.
-  Le réseau doit bénéficier du poids et de la protection d'un sponsor officiel, cadre dirigeant.e de l'entreprise, qui lui donnera visibilité et légitimité.
-  Ce sponsor peut être du secteur DRH, Dircom, mais aussi Business. Les relations avec ces différents secteurs sont fondamentales. En effet, il est important :
 -  *de pointer l'intérêt Business de développer la mixité dans l'entreprise : par exemple attirer plus de talents en manifestant son intérêt pour les femmes ; se rapprocher de la clientèle qui est mixte et dont les décisions d'achat reposent essentiellement sur les femmes.*
 -  *d'influer sur les outils RH qui mettront en oeuvre cette volonté de l'entreprise : évolution des modalités de recrutement, gestion des carrières doubles et détection plus tardive des Hauts Potentiels, accompagnement des congés de maternité, télétravail, etc.*
 -  *de pouvoir compter sur les moyens de communication de l'entreprise pour se faire connaître et rayonner à l'intérieur, comme à l'extérieur de l'entreprise : accès à un intranet, tirage de brochures, affiches et autres supports papiers.*



ORGANISATION

-  Un **Bureau avec une équipe dirigeante** aux mandats renouvelables, selon une périodicité à définir. La direction par un binôme peut être envisagée pour assurer une charge plus légère. Ces personnes doivent disposer d'une liberté d'organiser leur travail qui les rend disponibles pour les activités du réseau. Pour les non cadres, il est bien de négocier cette disponibilité qui ne leur est pas toujours reconnue.
-  Suivant la taille et l'organisation territoriale de l'entreprise, des **réseaux ou sous-réseaux** peuvent se créer par secteurs d'activités, régions, pays.
-  **C'est le nombre qui fait la force**, il est important qu'on soit nombreux.x pour étaler la charge des activités du réseau et partager toutes les idées. Si possible, il faut que les volontaires dans le réseau soient à des niveaux hiérarchiques et dans des postes de travail à souplesses et rythmes différents pour éviter les goulets d'étranglement liés à nos charges de travail.
-  **Fixer des objectifs clairs au réseau** tout en restant souple sur les actions : il faut afficher une ligne de conduite partagée par tous les membres. On pourra ainsi rédiger une charte de fonctionnement du réseau, tout en étant prêtes à la revoir tous les ans. Elle servira de cadre aux actions du réseau : objectifs, processus d'adhésion des membres, organisation, etc.
-  **Bâtir un plan d'action annuel**, dont on fera le bilan en fin d'exercice, pour être crédible.



RESSOURCES ALLOUÉES

MOYENS DE COMMUNICATION POUR :

- Rendre visibles les propositions et les actions du réseau (colloque, ateliers, newsletters, intranet...). C'est ainsi que l'on peut recruter de nouveaux membres, que l'on peut ensuite regrouper lors de sessions d'accueil pour une présentation sur les objectifs, l'ambition du réseau, les actions...
- Engager les hommes dans une démarche de soutien au réseau au travers d'initiatives plébiscitées telles que le Mentorat.
- Sensibiliser à la mixité : diffuser des interviews des managers, organiser des conférences, des formations.

RESSOURCES FINANCIÈRES

- Les réseaux disposent parfois d'un budget autonome ou peuvent faire appel à celui de la DRH ou de l'entité sponsor. Ces ressources servent généralement à participer à des colloques externes à l'entreprise ou à en organiser en interne.
- Mais elles sont souvent limitées, les femmes ont l'art « d'accommoder les restes » et savent se débrouiller avec peu... Elles utilisent toutes les ressources du bénévolat, animent elles-mêmes leurs ateliers de travail, font ponctuellement et gratuitement appel à des experts, consultants, conférenciers en échange de la visibilité qu'elles leurs donnent.
- **Une personne ressource** en charge de l'animation du réseau. C'est assez rare, à plein temps chez ENGIE ou sur un mi-temps comme chez Orano.
- L'accès libre aux **salles de réunions** est toutefois une condition indispensable à leur fonctionnement.



OBJECTIFS DU RÉSEAU

- **Nous sommes là avant tout pour construire la solidarité, nous offrir des espaces de convivialité, et partager nos expériences.** Il faut donc savoir ne pas monter des usines à gaz et rester concrète.e.s. Rester ou redevenir simples.
- Ce sont les actions concrètes et locales qui payent, pas la remise en cause directe des grandes politiques RH des entreprises.



FACTEURS DE RÉUSSITE

L'INTÉRÊT POUR LES FEMMES, LES HOMMES (enquête Cercle InterElles 2015) :

- L'intérêt de rejoindre un groupe actif pour promouvoir la mixité à tous les niveaux de l'entreprise,
- La recherche d'outils pour saisir des opportunités de carrière,
- Une aide au décryptage des codes de l'entreprise, notamment pour les jeunes diplômé.e.s,
- Le goût de l'interaction, mais surtout l'échange et le partage, sans hiérarchie, hors du quotidien. C'est généralement un lieu d'apprentissage, qualifié aussi d'occasion de ressourcement.

L'INTÉRÊT POUR L'ENTREPRISE :

- C'est un lieu de créativité et d'innovation sociale. Les groupes de travail internes au réseau vont être forces de proposition, aussi bien dans le domaine de la gestion des carrières que de l'équilibre de vie.
- Le réseau favorise l'intégration et donc la fidélisation des talents nouvellement recrutés. C'est en effet un lieu d'échanges transverses à l'entreprise, donnant de la visibilité sur l'ensemble de l'organisation, permettant de mieux en découvrir les opportunités.
- C'est un facteur de cohésion sociale, en particulier à travers les activités comme le mentorat. Le mentorat offre un point d'ancrage hors hiérarchie, précieux par exemple en période de réorganisation quand on a perdu ses repères.
- L'image de l'entreprise y gagne en modernité et ouverture d'esprit. Cela favorisera le recrutement de jeunes talents.

LES RELATIONS AVEC D'AUTRES RÉSEAUX :

Elles sont vitales, elles vont créer un effet d'entraînement et permettre le benchmark des meilleures pratiques qui assureront le succès du réseau. Nous en donnerons des exemples plus loin.





- **Etre perçu comme élitiste**, étroitement réservé à une catégorie de personnel, femmes, généralement cadres, par exemple. Or les « a priori » sont nombreux et facilement négatifs en phase de création. Cela limitera le développement du réseau, avec un risque d'autant plus important d'essoufflement que l'animation reposera toujours sur le même petit groupe de personnes. Le départ d'une de ces personnes peut alors mettre le réseau en difficulté. C'est pourquoi les critères d'adhésion au réseau se doivent d'être le plus largement ouverts : cadres, non-cadres, femmes et hommes désirant s'impliquer dans le développement de la mixité.
- **Les changements de postes des dirigeants** : on a aussi vite fait de perdre un sponsor que d'en gagner un.
- **Etre perçu par la direction de l'entreprise comme un contre-pouvoir** : l'officialisation des relations avec la direction de l'entreprise, l'instauration de rdv annuels présentant les projets du réseau, leurs propositions, éviteront cet écueil et donneront toute leur force aux actions du réseau.
- **Se substituer au management**, par exemple en laissant le réseau présenter à l'ensemble de l'entreprise un thème traité uniquement par le réseau. Si le réseau est force de proposition, ces propositions ne peuvent être implémentées qu'en étant reprise dans les structures traditionnelles de l'entreprise. Le retour de bâton peut être violent lors du changement de dirigeant qui a accepté cette dérive.
- **Se substituer au comité d'entreprise et/ou représentants du personnel** : il est important que le réseau délimite clairement son champ d'action, afin de pas créer de confusion ou de concurrence avec les actions du CE ou autres instances représentant le personnel. Là aussi il doit jouer un rôle de force de proposition et ces recommandations peuvent être relayées par les instances de l'entreprise et même devenir une source de collaboration comme indiqué plus loin dans ce guide.



LES TYPOLOGIES D'ACTIONS SONT DÉPENDANTES DU PROFIL DE MIXITÉ DE L'ENTREPRISE ET DE SES PROBLÉMATIQUES PROPRES. C'EST POURQUOI LA PRIORITÉ DU RÉSEAU SERA DE BIEN COMPRENDRE ET BIEN ANALYSER AVEC L'AIDE DES RESSOURCES HUMAINES, LA DÉMOGRAPHIE DES EMPLOYÉ.E.S DE LEUR ENTREPRISE (ÂGE, GENRE, FONCTION ET HIÉRARCHIE), LA CULTURE DE L'ENTREPRISE ET SA MATURITÉ SUR LE SUJET DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE, AFIN DE DESSINER LES AXES DE TRAVAIL PRIORITAIRES ET LES ACTIONS ASSOCIÉES.

UN SONDAGE RÉALISÉ DURANT UN COLLOQUE DU CERCLE INTERELLES A RÉVÉLÉ QUE LES CINQ THÈMES DE TRAVAIL SUIVANTS DES RÉSEAUX ÉTAIENT MIS EN OEUVRE DANS NOS ENTREPRISES ET JUGÉS PRIORITAIRES :

- LES ATELIERS DE DÉVELOPPEMENT
- L'ÉQUILIBRE VIE PRIVÉE / PROFESSIONNELLE
- LA PROMOTION DE LA MIXITÉ
- LES RENCONTRES AVEC DES RÔLES-MODÈLES
- LES ÉVÉNEMENTS INTERENTREPRISES.



Le bilan des actions menées par les réseaux membres du Cercle InterElles et reprises par les entreprises est riche. Nous ne pouvons pas en faire une présentation complète, mais nous vous mettons les liens, quand ils existent, vers notre site où vous pourrez les découvrir plus en détails.

Voici quelques exemples d'actions présentées parmi les plus importantes et inspirantes.

DÉVELOPPER

- Le mentorat présenté par GE dès le premier colloque du Cercle en 2002, est présent dans presque toutes les entreprises. C'est un outil très fort de soutien aux carrières des femmes. Une entreprise le préconise, par exemple, en soutien pour le passage cadre des femmes.
 - Objectif : décrypter les codes de l'entreprise et développer son réseau professionnel à travers un binôme mentor-mentoré.
 - Chez Orano il est maintenant intégré au process RH et a reçu le trophée d'or de l'APEC de l'Égalité professionnelle en 2012, que le CEA a reçu à son tour en 2014.
 - Vous pouvez trouver sur notre site les guides du mentoring du CEA, de Lenovo et Orano.
- Le réseau français d'IBM a choisi de franciser un programme corporate mondial destiné au Leadership au féminin, afin de toucher le plus large public. On y apprend à « Choisir de vous affirmer », « Créer sa marque », « Concevoir son avenir professionnel », « Construire des relations efficaces » et « Apprendre à gérer sa charge mentale ».
- Schlumberger organise régulièrement aussi des ateliers « Women in leadership » à travers le monde.
- Le réseau d'IBM a construit le guide de la visibilité professionnelle.
- Orange a créé des réseaux digitaux et lancé des ateliers « Visito » pour apprendre à se servir de Twitter, des autres réseaux sociaux et à gérer son image en ligne.
- Le réseau d'Air Liquide s'est proposé d'initier les femmes à décoder les codes de l'entreprise.
- Le réseau d'Orano a proposé de faire passer les femmes en premier dans les people reviews.
- Le réseau du CEA mène des réflexions sur l'accompagnement des moments de carrière : changement d'équipe, promotions cadre, nouvelle fonction hiérarchique...
- En 2014, GE, Orano et Assystem nous livraient leurs meilleures pratiques pour animer et dynamiser un réseau.

INSPIRER

- GE, Gemalto organisent des « lunchs & learn », qui permettent aux femmes d'échanger avec des leaders pour mieux appréhender leur carrière et Lenovo propose des rencontres « rôles modèles ».
- Schlumberger organise des webinars, où les seniors managers partagent leurs expériences avec la communauté du réseau.
- Le réseau de GE organise des réunions d'accueil et des tables rondes, opportunités d'échanges et de réseautage, permettant aussi de développer une vision transverse de l'organisation.

- La plupart des réseaux organise un évènement annuel, occasion de mise en visibilité des travaux réalisés pendant l'année, mais aussi lieu de rencontre, de réflexion et de convivialité entre personnes de l'entreprise et de l'extérieur.
- Les dix ans du réseau de Schlumberger ont été l'occasion de plus de 120 évènements dans le monde, dont une séance de questions-réponses en audio conférence avec le président de l'entreprise.

MESURER

- IBM a instauré une « score card », un indicateur permettant de suivre chaque trimestre la mixité à tous les niveaux de la hiérarchie, proposé par le réseau, et l'a d'ailleurs élevé au rang d'indicateur de performance.
- Les réseaux de Gemalto, IBM, Orano, Orange et Sanofi vous livrent leurs meilleures pratiques pour mesurer la mixité.



EQUILIBRER VIE PRIVÉE- VIE PROFESSIONNELLE

- Orano joue la carte de la flexibilité en lançant une initiative de télétravail proposée par le réseau. Le réseau a travaillé aussi sur le projet de temps partiel à prendre pendant les congés scolaires pour les hommes, comme pour les femmes.
- Le réseau d'IBM a lancé des chantiers pour l'aide au retour de maternité, la mise en place d'aide pour la garde d'enfant et des partenariats avec des crèches de proximité.
- Nexter et Orano distribuent un livret de conseils aux futures mères afin de leur permettre de conserver un lien avec l'entreprise durant leur congé maternité. Vous pouvez en trouver un exemple sur notre site.
 - Edité par le réseau WE d'Orano avec le soutien de la direction de l'entreprise, ce guide en est à sa troisième édition. Il faut en effet le remettre régulièrement à jour.
 - Il existe une édition générique pour le groupe, et chaque site reprend cette présentation pour l'adapter à son environnement et ses métiers.
 - Ainsi, sur proposition des salarié.e.s du site de La Hague, un volet spécial « femmes postées » a été rédigé.



PARTICIPER

Le réseau WIN by ENGIE mobilise plus de 2000 femmes du groupe, issues de tous les métiers et de tous les territoires (plus de 20 pays représentés) autour des enjeux stratégiques du Groupe. Le réseau est ainsi un véritable levier d'innovation avec des preuves concrètes :

L'initiative Business for Tomorrow by WIN qui a permis de remonter 150 projets de nouveaux business en 6 semaines. 6 ont été shortlistés et présentés au ComEx du Groupe avant d'être incubés et transformés en nouvelles offres clients

La contribution dédiée au programme inédit « Imagine 2030 » lancé par Isabelle Kocher, CEO d'ENGIE. Avec « Imagine 2030 », les collaborateurs et collaboratrices du Groupe sont invités à se projeter vers 2030, de manière nouvelle et décentralisée, en mettant les parties prenantes du Groupe au cœur de la réflexion. Le réseau WIN a mobilisé 200 femmes du Groupe qui ont réfléchi ensemble une journée complète sur les sujets d'innovation, sur les métiers de demain.

Cette initiative et ses livrables ont été repris et réétudiés au plus haut par la Direction Générale du Groupe ! L'objectif final étant de faire émerger les grandes tendances qui façonneront notre monde dans les 12 prochaines années et d'évaluer l'impact que ces tendances auront sur les métiers d'ENGIE.

FEMMES DE SCIENCES



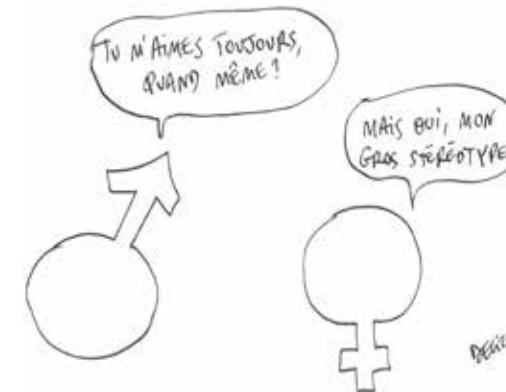
En milieu scolaire Dassault Systèmes, GE, IBM, Intel, Schlumberger mènent des actions de sensibilisation auprès des écoles pour féminiser les orientations scientifiques et techniques :

- C'est dès le plus jeune âge chez IBM à Saint Nazaire,
- Mais aussi au collège avec des outils mis à votre disposition pour intervenir: « L'atelier Robots », expérimentation de robotique, conçue avec le Conseil National des Ingénieurs et Scientifiques de France et « L'usine à bonbons ».
- GE a construit des fiches métiers pour présenter les métiers d'ingénieurs dans les collèges, sortir des stéréotypes qui font fuir les jeunes et en particulier les filles.

Dans l'entreprise au CEA, par exemple, cela peut prendre la forme de mix-café à l'heure du déjeuner, lieux d'échanges sur la mixité au travail sur le modèle des cafés des sciences <http://www.interelles.com/wp-content/uploads/2014/06/Sensibiliser-à-la-mixité.pdf>

- Chez les clients et partenaires
 - ouverture des réseaux aux clients pour IBM ;
 - développement des partenariats avec les réseaux féminins des clients et partenaires de Lenovo ;
 - GE Healthcare Connect a été lancé pour donner aux collaboratrices de GE Healthcare et ses clientes des opportunités de partage des formations en développement personnel.

LUTTER CONTRE LE SEXISME



Toutes les actions présentées ont pour objectif de lutter contre le sexisme en déconstruisant les stéréotypes qui le légitiment. On peut toutefois signaler quelques actions particulières.

- Dès 2006, le Cercle InterElles s'est interrogé sur les inégalités salariales entre hommes et femmes. En 2012, un atelier a proposé d'apprendre à négocier son salaire. Présentation ensuite reprise dans bien des réseaux internes aux entreprises.
- En 2018, lors du colloque du Cercle InterElles a été proposé un antisèche contre le sexisme ordinaire, truffé de conseils utiles sous la forme d'un marque-page.
- Lenovo a organisé en France une session sur le sexisme ordinaire et traduit en anglais ce marque-page afin de l'utiliser dans les événements du réseau international « Women in Lenovo Leadership »
- Nexter a nommé un responsable au sein du département RH en charge de la question du harcèlement sexuel. Il s'appuie sur le réseau de Nexter pour un travail de sensibilisation, prévention et détection.



LA PLACE DES HOMMES

« ON NE PEUT PAS ÉVOLUER SÉPARÉMENT »
« ILS DOIVENT ÊTRE INFORMÉS DU COMBAT MENÉ
PAR LES FEMMES »

« SI ON DOIT TRAVAILLER ENSEMBLE,
IL FAUT DES HOMMES DANS CES RÉSEAUX »

« ON A BESOIN DE LEUR PARTENARIAT ».



Historiquement, les réseaux créés à l'initiative des femmes, n'ont pas toujours fait une place aux hommes. Ils ont parfois aussi eu du mal à susciter leur intérêt. Ce n'est plus le cas. Il est passé le temps où les attentes de changement se cristallisaient uniquement sur les femmes. La présence des hommes permet un regard décalé sur nos expériences et cela peut-être très éclairant. C'est nécessaire aussi pour eux de découvrir nos difficultés et de développer ainsi des solidarités dans lesquelles ils ont aussi à gagner. La mixité s'est développée à l'intérieur même des réseaux.

On peut avoir besoin de moments « entre nous » pour évoquer sans pudeur et fausse honte nos inhibitions, en prendre conscience, réaliser que ce n'est pas un problème « personnel », mais un problème lié aux rôles sociaux que nous avons appris :

- Les réseaux féminins sont en effet un lieu de questionnement, d'apprentissage, de ressourcement et de renforcement identitaire pour les femmes. Nous le voyons dans les séminaires de formation au leadership au féminin que nos entreprises achètent et qui sont réservés aux femmes.

- Il ne faut pas se priver de cette ressource, comme de celle que peuvent représenter les hommes. Les hommes peuvent nous aider dans ces interrogations et dans l'apprentissage de nouveaux fonctionnements.

- Suivant les thèmes de travail (par exemple, attitude face à la négociation salariale, au pouvoir) on peut séquencer les moments : mixtes, non mixtes.
- Ne nous en culpabilisons pas ! Il nous faut toujours prendre garde à ce que les hiérarchies « naturelles » entre hommes et femmes dans le leadership et les prises de parole, telles que nous les connaissons dans les médias et les entreprises, ne reprennent place dans nos ateliers et nos colloques. Ecoutez ici le témoignage d'un homme ayant participé aux travaux du Cercle.
- Que les hommes s'intéressent à nos travaux et veuillent intégrer nos ateliers, c'est le signe que la mixité est en marche, qu'une étape importante a été franchie et nous ne pouvons que nous en réjouir. Mais n'oublions pas qu'il y a des temps de prise de conscience qui peuvent nécessiter l'homogénéité d'un groupe de travail.

Un autre modèle pour engager les hommes dans la mixité est celui de **HeForShe**. Nous nous appuyons sur un exemple qui n'est pas issu d'une entreprise du Cercle InterElles, mais qui nous paraît intéressant et mérite d'être connu. Il a l'avantage d'être construit sur le mode du bénévolat, comme nos réseaux Mixité, et de proposer comme nous une boîte à outils accessible à tous :

- Lancé en 2014 par ONU Femmes à travers le discours d'Emma Watson, son ambassadrice de bonne volonté, **HeForShe** a pour principal objet **l'implication des hommes et des garçons dans la promotion de l'égalité femmes-hommes**. L'initiative recueille depuis sur une plateforme en ligne les engagements pris en faveur de sa charte dans le monde pour atteindre l'égalité femmes-hommes dans tous les domaines.
- Pour renforcer l'implication des salarié.e.s, des hommes notamment, sur les questions de mixité et d'égalité femmes-hommes, **le Groupe Renault** a décidé de déployer en interne ce mouvement de solidarité. « Le Groupe Renault se focalise avant tout sur la thématique **TRAVAIL**. Bien sûr, chacun, chacune, peut également agir / s'impliquer sur les autres domaines ». « Chacun, chacune peut s'impliquer activement, à travers **des actions simples et concrètes**, pour créer toutes les conditions d'un **environnement bienveillant**, favorable à l'expression du talent de tous et donc bénéfique à la performance collective. C'est accompagné d'une boîte à outils. **#HeForShe** <https://heforshe.renault.com/>

Vous pouvez aussi consulter cette étude :

<https://www.orse.org/nos-travaux/hommes-sujets-et-acteurs-de-l-egalite-professionnelle>



RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES SOCIAUX

À l'origine de la création des réseaux se retrouvent les mêmes constats que ceux faits par les partenaires sociaux : les inégalités salariales, le plafond de verre, l'inégale évolution des carrières, la ségrégation des métiers, le partage inégal des tâches domestiques. La parole des femmes se libère, au sein des réseaux, sur des thématiques plus larges encore, telles que le présentisme, les normes masculines, le sexisme... qui enrichissent le débat.



RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES SOCIAUX

(SUITE)

Il est souhaitable que réseau et organisations syndicales puissent coopérer dans l'intérêt des salarié.es. Dans le cadre d'une coopération avec l'organisation syndicale, le réseau peut être une source d'information : il peut disposer par l'intermédiaire de ses adhérentes d'informations de terrain qui peuvent faire défaut aux négociateurs, il peut aussi faire partager des éléments de contexte (enjeux pour la direction ou leviers à actionner vis-à-vis d'elle). L'intérêt d'une coopération est réciproque. En effet si le réseau peut influencer, il ne peut pas négocier, il a donc tout intérêt à faire partager le plus largement possible ses objectifs en matière d'égalité. On peut envisager plusieurs types de coopération :

- l'association du réseau lors d'un travail de préparation des travaux de la commission égalité de l'entreprise,
- l'organisation d'échanges avec le réseau, parallèlement à la consultation de l'ensemble des salarié.es, en amont de la négociation d'un accord EPQVT,
- et de la même manière l'association du réseau dans des travaux de suivi de cet accord.

Mais cette coopération entre ces deux acteurs n'existe pas toujours. Nous vous conseillons sur ce sujet la lecture d'une étude publiée en 2016 par l'ORSE, observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises, intitulée « Les réseaux féminins dans les entreprises », qui présente les hiatus ou points de convergence entre les deux acteurs : <https://www.orse.org/nos-travaux/les-reseaux-feminins-dans-les-entreprises>.

Nous avons au sein du Cercle InterElles une expérience positive que nous vous présentons ci-dessous.

L'EXEMPLE DU RÉSEAU WE D'ORANO

Une collaboration entre partenaires sociaux, majoritairement masculins, et le réseau, majoritairement féminin, permet de partager les constats, les axes de progrès et renforcer l'action collective. Le réseau est force de proposition auprès des partenaires sociaux, en amont des négociations, pour faire progresser l'égalité professionnelle et l'articulation vie professionnelle / vie personnelle.

Cela a été le cas pour le réseau WE d'Orano qui a proposé le télétravail, que les partenaires sociaux ont introduit dans la négociation de l'accord Qualité de Vie au Travail. On peut citer également des axes de progrès sur l'égalité, puisque le réseau WE d'Orano a proposé de nouveaux indicateurs mixité inscrits dans les accords égalité de l'entreprise et qui font l'objet d'un suivi annuel.

L'ouverture du réseau WE d'Orano à tous les salariés de l'entreprise, dont des membres du CE, a permis aussi cette « perméabilité » entre salariés et partenaires sociaux. Les uns apportant les idées, les autres faisant progresser les accords. Contrairement à d'autres réseaux, plus fermés et perçus comme plus élitistes, qui ont du coup parfois créé des résistances.



RELATIONS AVEC D'AUTRES RÉSEAUX

C'est vital, c'est ce qui permet d'éviter l'essoufflement par manque d'idées ou de motivation. C'est un système de roues dentées qui s'entraînent, s'enrichissent mutuellement et promeuvent le changement en lui donnant une résonance large dans la société.

Le Cercle InterElles est engagé depuis quelques années avec d'autres associations ou collectifs qui partagent les mêmes objectifs autour de l'égalité entre les femmes et les hommes et la féminisation du secteur scientifique et technologique :

- Le Cercle a établi un partenariat avec l'Association des Femmes Ingénieurs qui mène (entre autres) des actions de sensibilisation dans les écoles,
- Il est impliqué dans le Collectif femmes@Numérique qui promeut la place des femmes dans le secteur du numérique
- et s'est engagé dans le collectif Ensemble contre le sexisme.

De nombreux liens ont été établis avec des réseaux ou organisations, comme le montre le schéma ci-dessous.





RELATIONS AVEC D'AUTRES RÉSEAUX (SUITE)

L'exemple du réseau WE d'Orano est représenté dans la cartographie ci-dessous :

- Mutualiser les actions interentreprises par régions (A.M.E. Rhône-Alpes, Cercle InterElles et Printemps des Femmes en Ile de France, Les Elles à l'Unisson région PACA, PWN en Allemagne, WiN au Niger...)
- Consolider les partenariats avec les réseaux professionnels (SFEN, Women in Nuclear) et intervenir dans les écoles pour promouvoir nos métiers.



EN RÉSUMÉ, NOS CONSEILS POUR RÉUSSIR LA CRÉATION ET L'ANIMATION DE VOTRE RÉSEAU D'ENTREPRISE :

- Rassembler des femmes – et des hommes – représentatifs des effectifs de l'entreprise (métiers, âge, situation géographique ...) hors hiérarchie et engagé.e.s autour d'objectifs communs.
- Bénéficier du soutien de la direction générale et identifier un sponsor (*Business ou HR ou communication ou autre*).
- Mettre en place une structure légère de management (*un binôme*) et des modalités de travail simples.
- Prévoir un budget et le financement des actions.
- Etablir des objectifs clairs et mesurables (si possible) et un plan d'action annuel.
- Débuter avec des actions visibles et communiquer rapidement sur les résultats et les progrès.
- Collaborer, si c'est possible, avec les autres groupes de l'entreprise comme les comités d'entreprise et/ ou représentants du personnel en respectant les responsabilités de chacun.

Et nos conseils pour tirer le meilleur parti de votre engagement personnel dans un réseau :

- S'assurer que le réseau corresponde bien à vos valeurs et vos attentes ;
- Etre ouvert, disponible et volontaire ;
- Prendre des initiatives et s'engager sur des actions concrètes ;
- Donner de son temps et partager son expertise et ses expériences personnelles ;
- Etre honnête, authentique et faire preuve de solidarité.