

La mixité en entreprise, boosteuse de performance ?



Et si la clé d'une entreprise qui fonctionne, c'était sa capacité à favoriser la mixité hommes-femmes ? Selon une étude menée par Grandes Écoles au féminin, 80% des diplômés de grandes écoles interrogés estiment que la mixité est l'un des éléments essentiels pour améliorer les performances des entreprises d'aujourd'hui.

Quelques jours avant la Journée internationale des droits des femmes, les études sur la parité et les inégalités de genre en entreprise se multiplient. Parmi elles, une étude menée par Grandes Écoles au féminin auprès de 4 035 hommes et femmes diplômés de grandes écoles (Centrale, ENA, HEC, ESSEC, Sciences-Po, Polytechniques...) montre des signes encourageants en faveur de la parité dans le monde professionnel.

Car, loin d'être encore perçue comme un but inatteignable, ou comme une politique inutile, la mixité en entreprise est désormais considérée comme une nécessité. Ainsi, 96% des personnes interrogées – hommes et femmes confondus – considèrent que la mixité est une richesse pour l'entreprise.

Porteuse de réussite et de changement, la mixité s'impose comme un facteur de justice sociale : 67% des sondés (dont 78% des moins de 30 ans) estiment qu'il est normal que les femmes puissent accéder aux mêmes postes que les hommes. 41% jugent qu'elle améliore la performance en participant aux bons résultats stratégiques, économiques et réputationnels de leur entreprise, et 126% qu'elle ouvre sur d'autres formes de diversité.

Des progrès à faire

Pourtant, si l'utilité de la mixité femmes-hommes en entreprise semble faire consensus, la majorité des sondés (52%) estime aussi que tout n'est pas encore joué. 59% jugent d'ailleurs que la persistance des stéréotypes enfermant les hommes et les femmes dans un rôle précis constitue aujourd'hui l'un des principaux freins au développement de la mixité.

Pour 52%, l'une des principales entraves à la parité est la tendance qu'ont les hommes à se coopter entre eux, tandis qu'un sondé sur deux estime que ce sont les modes traditionnels de décision et de management qui sont à blâmer. 37% pensent par ailleurs que la mixité est entravée par le fait que certains secteurs d'activité souffrent d'une pénurie de femmes. Pour 37%, c'est parce que les femmes s'imposent elles-mêmes des freins et se refusent, de fait, à briguer les postes directionnels.

Des stéréotypes encore trop ancrés

Pas assez disponibles, trop émotives, pas assez carriéristes, trop indécises... L'étude menée par Grandes Écoles au féminin met aussi en lumière les stéréotypes de genre qui collent encore et toujours à la peau des femmes au travail.

Alors que les hommes sont souvent considérés comme : disponibles (51% des sondés ont été témoins de ce stéréotype), privilégiant leur carrière professionnelle (42%), attirés par le pouvoir (39%) et sûr d'eux (28%), les femmes en entreprise, elles, semblent irrémédiablement bloquées par les clichés qui soutiennent le plafond de verre.

Ainsi, 89% des sondés disent avoir été témoins de stéréotypes féminins, parmi lesquels : que les femmes privilégient leur vie familiale (54%), qu'elles ne sont pas assez disponibles (50%), qu'elles manquent de confiance en elles (34%), qu'elles montrent leurs émotions (30%), qu'elles ne sont pas carriéristes (26%) ou qu'elles ne résistent pas au stress (22%).

Interviewée par Capital.fr, la présidente du réseau Grandes Écoles au féminin Clarisse Reille rappelle la nécessité de faire bouger les mentalités, d'abord « en commençant par élargir le recrutement des femmes dans toutes les filières de l'enseignement supérieur », mais aussi en imposant des quotas de femmes dans les conseils d'administration et de surveillance des sociétés cotées en bourse. « C'est la seule méthode qui soit efficace pour faire bouger les lignes, estime Clarisse Reille. Il semble plus délicat d'intervenir dans la gouvernance même des entreprises. La seule solution est que les comités de direction et les DRH prennent conscience qu'ils doivent s'imposer un quota de femmes dans leurs recrutements et dans les mouvements de promotion interne. Il faut par exemple systématiquement proposer une femme dans la liste des candidats à un poste, faire entrer des femmes au comité exécutif. »

