



Visite de Nathalie Loiseau, alors directrice de l'École Nationale d'Administration et rencontre avec l'Association Marianne à la bibliothèque de l'Alliance Française de Buenos Aires.

Photo : Association Marianne

Par S.E.

Pierre Henri GUIGNARD
Ambassadeur de France
en Argentine

L'AUTONOMIE DE LA FEMME

L'ambassadeur de France en Argentine, en tant que tel, est un acteur engagé vis-à-vis de l'autonomisation des femmes. Perspectives a sollicité sa participation pour l'introduction de ce dossier.

La France est pleinement déterminée sur la scène internationale, dans le sein des instances multilatérales, à promouvoir l'autonomie des femmes de tous les âges et à reconnaître l'universalité de leurs droits fondamentaux. Ce n'est pas seulement une question de justice, mais aussi une condition essentielle – peut-être même la première – pour le développement durable de la planète.

Les femmes sont l'axe des équilibres familiaux, culturels, sociaux et sanitaires. Elles jouent un rôle central en matière de santé, développement et éducation. Dans ce sens, leur autonomie est un facteur indispensable de paix et de progrès social, économique et environnemental. À ce propos, la Conférence de l'ONU de Beijing, en 1995, a constitué un point d'inflexion dans l'histoire de la lutte pour l'émancipation des femmes : des progrès importants qu'il faudra toujours défendre, renforcer et accroître y ont été accordés. Mais dans de nombreux milieux, des efforts considérables doivent encore être faits. Les statistiques sont déroutantes : actuellement la moitié seulement des femmes en âge de travailler est représentée dans la main d'œuvre mondiale, contre un 76 % pour les hommes. Les femmes réalisent 2,5 fois plus de tâches non rémunérées que les hommes. À l'échelle mondiale, la différence de rémunération entre les sexes est de 23 %. Il est donc urgent de renouveler la promesse de Beijing : quand le droit des femmes ne progresse pas, il finit toujours par reculer.

L'éducation, facteur basal

Le développement des jeunes filles et des femmes commence sur les bancs des écoles par une bonne éducation et l'accès à la culture et à l'information. L'égalité des genres passe par l'alphabétisation, l'accès à la science et aux vraies possibilités pour les jeunes de réaliser leurs rêves et de faire leurs propres choix. L'égalité des genres est une question de droits humains et une condition de progrès pour la santé, le développement durable et la société dans son ensemble.

Pour y parvenir, les gouvernements doivent faire des efforts concertés pour promouvoir la participation des femmes dans la vie économique ; les collectifs importants, comme les syndicats, doivent appuyer ; et aussi, il faut écouter attentivement la voix des intéressées pour engendrer des solutions leur permettant de franchir les barrières qui, actuellement, freinent leur participation. Il est nécessaire aussi d'agir avec fermeté pour éliminer la discrimination rencontrée par les femmes sur plusieurs fronts allant au-delà du thème du genre : l'orientation sexuelle, les handicaps ou l'âge. Il y a beaucoup de choses en jeu, y compris sur le plan économique : si on réussit à avancer dans le sens de l'égalité de genre, le PIB mondial pourrait recevoir un élan de 12 billions de dollars d'ici à 2025. Notre conviction est que les femmes ont le droit de choisir leur vie avec une totale autonomie, partout dans le monde. Ce n'est pas seulement une lutte pour la dignité et la justice ; c'est une des clés pour relever les défis de ce siècle, avec la promesse d'un monde égalitaire, plus juste et démocratique.

Comment favoriser l'accès des femmes à des postes de décision

La ministre française chargée des Affaires Européennes, récemment nommée et qui, jusqu'en juin dirigeait l'ENA où se forment la plupart des hauts fonctionnaires du gouvernement français, est venue en visite à Buenos Aires. Elle a partagé un petit-déjeuner avec des femmes entrepreneurs de l'association *Marianne* et son allocution a porté sur comment favoriser l'accès des femmes à des postes de décision. Elle a souligné qu'elle croit à l'utilité des réseaux de femmes mais qu'elle n'adhère pas aux discours militants ; « la société a besoin d'un équilibre en termes de genre » a-t-elle assuré. La fonctionnaire a reconnu être féministe mais sans se placer du côté des victimes comme certaines femmes le font et en préférant identifier ce qui fonctionne bien pour le renforcer encore plus. Elle cherche à convaincre les publics les plus durs concernant la place de la femme. Dans ce sens, elle a présenté comme plan d'action : « voir quels sont les talents dont nous avons besoin et éviter les préjugés ». Quelle place occupent les femmes ? Quelles sont leurs responsabilités ? Les institutions ne peuvent pas ne pas avoir de talents et les femmes en ont. « Les femmes représentent le 60 % des masters, mais seulement le 25 % des cadres supérieurs sont des femmes », a-t-elle signalé. « Pourquoi ? Parce que nous disons aux jeunes filles qu'elles ont des capacités mais nous ne leur donnons pas, ensuite, des opportunités. Il faut remplacer le plafond en cristal actuel : celui des femmes par celui des incompetents ». Elle a signalé qu'elle voit des députés occupés à résoudre des sujets comme le rythme scolaire qu'ils ne connaissent absolument pas, tandis que les femmes qui pourraient émettre de meilleurs avis, en connaissance de cause, n'occupent pas cette place. « Ceci me met en colère » et elle a ajouté que tout a changé, qu'aujourd'hui la complexité d'être féministe ne consiste pas à être corporatiste et à travailler pour obtenir des bénéfices personnels, mais pour le bénéfice de la société. Si la femme a du talent pour un travail elle devrait pouvoir le réaliser. « Je veux la transformation de la société ; ce qui a été fait jusqu'à présent n'a pas marché, il y a une opportunité historique pour les femmes de modifier la réalité des conditions de travail », a conclu Mme Loiseau.

Mariana Arias



Présentation du Projet Atenea et de l'Indice de Parité Politique en Argentine. Photo : PNUD

Le rôle des femmes dans le milieu du travail requiert l'intervention active de l'État pour corriger les inégalités et déterrer certaines pratiques culturelles.



Par Gimena de León
Chercheuse associée CIPPEC



Par Olivia de Achával
Analyste du Programme de Protection Sociale de CIPPEC

LE GENRE DE L'EMPLOI

Malgré les progrès accomplis au cours de ces dernières décennies concernant les questions de genre, la participation féminine sur le marché du travail n'est toujours pas dans le centre du débat. Les chiffres montrent qu'il existe encore de grandes différences entre femmes et hommes en ce qui concerne l'accès et la qualité de l'emploi ; au secteur économique où ils s'insèrent ; au salaire perçu ; et aux difficultés pour concilier travail et vie de famille ; pour garantir une meilleure équité il faut un regard critique et profond sur les problèmes structurels qui affectent les femmes et les conditionnent pour accéder à leurs droits. En premier lieu, la grande croissance de la participation économique féminine qui a eu lieu pendant les années '90, aujourd'hui est au point mort. Dans notre pays, en 2016 le taux d'activité masculine a été plus élevé que celui des femmes (69,7 vs. 47,2), ainsi que le taux d'emploi (64,1% vs. 42,9%). On parle de cette difficulté qu'ont les femmes pour accéder au marché du travail, « sol poisseux » : une manière graphique de représenter leur difficulté à supprimer les stéréotypes qui les associent à des tâches domestiques et de soins et qui entravent leur inclusion dans le marché.

Le niveau d'éducation et la présence d'enfants au foyer sont deux facteurs déterminants pour la participation des femmes au travail. Entre celles qui ont un niveau d'éducation supérieur complet, le taux de participation est de 78 % tandis que pour celles qui ont fini seulement le niveau primaire, il est de 33 % (EPH IV trimestre, 2014).

La maternité comme facteur distinctif

Cependant, la variable la plus importante et qui ne change pas au fil du temps est la maternité. Parmi les femmes qui ont des enfants, le taux de participation diminue de manière visible, alors que pour les femmes qui n'en ont pas, cette participation s'élève au moins de 20 % (PNUD 2014). Les femmes sont encore les principales responsables de l'organisation domestique et des activités de soins. Par ailleurs, les politiques publiques destinées à soulager la charge que les soins représentent pour les familles (par des services publics de soins aux enfants) et à promouvoir une coresponsabilité des hommes dans les activités de soins (par un système de congés diminuant la responsabilité maternelle) sont encore insuffisantes. Même pour les femmes qui ont réussi une inclusion compétitive dans leur emploi, il est plus difficile d'atteindre des postes de décision, surtout si elles sont mères : seuls 3 de 10 postes de travail dans des espaces de décision sont occupés par des femmes. On remarque que la plupart de ces femmes (le 83 %) a des enfants de plus de 6 ans (PNUD 2014), ce qui montre une certaine incompatibilité entre avoir des enfants en bas âge – à cause de la charge de travail émotionnel et physique requise par le rôle parental- et être incluse dans des postes de grande responsabilité.

Ces restrictions pour occuper des postes de décision existent aussi dans le secteur public. Les femmes députées ne représentent qu'un 34 %, les sénatrices un 40 % et les juges un 34 %. L'Assemblée Nationale n'a jamais été présidée par une femme et seulement 1 des 5 juges intégrant la Cour Suprême est une femme.

Les tâches "féminines"

Les femmes sont plus représentées dans les secteurs économiques moins compétitifs, et s'insèrent généralement dans des rôles et activités considérés « féminins ». Selon le rapport de WISAT, dans l'Argentine de l'an 2012 plus du 71 % des employés de la « santé et des services sociaux » et de « l'éducation », étaient des femmes. En outre, elles ont moins de probabilité de participer dans des activités entrepreneuriales (17 % pour les hommes et 11 % pour les femmes) et elles sont sous-représentées dans des professions liées à la science, la technologie, l'ingénierie et les mathé-

ARRIVER À DES POSTES DE DÉCISION, MÊME POUR LES FEMMES QUI ONT RÉUSSI À S'INTÉGRER PROFESSIONNELLEMENT, CONTINUE D'ÊTRE UN DÉFI, SURTOUT SI ELLES ONT DES ENFANTS.

matiques, intimement liées à l'industrie technologique qui offre de meilleures conditions de travail. Seul 1 de 4 travailleurs du secteur du software et des services informatiques est une femme et entre les développeurs de software libre, les femmes représentent seulement un 1,5 %.

Les femmes doivent aussi montrer une meilleure formation pour pouvoir obtenir un emploi : le 30 % de celles qui travaillent ont un niveau d'éducation supérieur contre un 15 % pour les hommes (PNUD, 2014). Et même pour les femmes qui demeurent plus longtemps dans le système éducatif, l'écart entre leurs revenus et celui des hommes reste important. Le salaire moyen des hommes est 31 % plus élevé que celui des femmes (source CIPPEC selon données du Ministère du Travail, Emploi et Sécurité Sociale, 2015). Les différences de salaires les plus importantes se trouvent parmi le groupe de femmes aux qualifications les plus basses. Finalement, les femmes sont celles qui supportent presque toute la charge des soins et des tâches domestiques, ce qui leur impose un défi important en termes de conciliation famille-travail. De nombreuses entreprises du secteur privé ont mis en place des mesures importantes qui facilitent une meilleure entente entre la vie de famille et professionnelle. Entre elles, on remarque les horaires de travail flexibles et réduits, le *homeworking*, les banques d'heures, entre autres. Toutes ces mesures cherchent à offrir des possibilités pour adapter et combiner les responsabilités du travail et les obligations familiales et elles doivent se développer et durer. Les promouvoir entraîne de multiples bénéfices, pas seulement pour l'égalité de genre et le droit des femmes, mais aussi pour le développement économique des sociétés. Diverses investigations

montrent le taux de rendement obtenu lorsqu'on réduit l'écart de genre dans le marché du travail. Des estimations réalisées par les Nations Unies révèlent que si le taux d'emploi rémunéré des femmes était le même que celui des hommes, le revenu per capita des 15 économies en développement les plus importantes, augmenterait d'un 14 % en 2020 et d'un 20 % en 2030. De là l'importance du rôle des États et de leurs politiques publiques abordant le sujet depuis une perspective multidimensionnelle. Nous présentons une série de mesures qui pourraient être mises en place pour garantir une plus grande égalité.

1. Avancer vers la création d'un système intégral de soins à travers :

- a) L'élargissement de l'offre publique de soins et l'amélioration de la qualité des services offerts par l'établissement de standards nationaux servant de guides pour les différents contextes. L'organisation sociale actuelle qui laisse les soins principalement à la charge de la famille, empêche l'élimination de la limitation fondamentale pour la participation des femmes au marché du travail. Et aussi elle accentue les inégalités puisque les familles ayant des revenus importants peuvent engager de l'aide domestique ou des services privés, tandis que les familles ayant des revenus inférieurs doivent retirer les femmes du marché du travail.
- b) L'amélioration de l'accès aux congés maternité, paternité et familiales et de leur durée. Ceci implique la modification des trois types de congés afin de contribuer à une meilleure conciliation famille-travail, à une plus juste division du travail dans les foyers et à des conditions plus favorables pour le développement infantile. Étant donnée la situation de grave inégalité qui surgit du scénario des congés, nous suggérons un schéma qui considère comme minimum le délai établi par l'OIT de

98 jours de congé maternité payé. Et aussi – pour réduire les préjugés de genre, il est fondamental d'étendre le congé de paternité et de créer un congé familial qui puisse être pris de manière non consécutive et flexible pendant la première année de vie du bébé, indistinctement par le père ou par la mère.

2. Promouvoir des politiques actives pour l'emploi. Pour que l'activité économique féminine devienne plus importante, il est nécessaire que l'État ait un rôle actif à travers le **développement des systèmes d'information et d'orientation vocationnelle** qui stimulent de nouvelles options pour les femmes et brisent les stéréotypes de genre. Il faut aussi renforcer les **institutions d'intermédiation dans le marché du travail** et la formation professionnelle pour offrir aux femmes orientation et information sur les opportunités adéquates pour leurs intérêts et possibilités. Il est particulièrement important que les stratégies fassent spécialement attention aux barrières souvent invisibles que les femmes doivent affronter pour accéder au marché du travail.

Pour que celles-ci aient une plus grande et meilleure participation au travail rémunéré, il faut un État présent qui investisse en soins et place l'emploi féminin comme une priorité en accompagnant cet objectif de politiques publiques actives qui élargissent l'horizon de possibilités de développement pour elles. Comblant l'écart de genre pour l'emploi constitue un énorme défi pour le développement du pays.

1. Disponible sur http://wisat.org/wp-content/uploads/Argentina_GE-KS.pdf

2. Disponible sur <http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/descargas/genero/boletinde-genero.xls>

Dans un pays où seulement le 47 % des femmes en âge de produire travaille ou cherche du travail, deux réflexions s'imposent : que se passe-t-il pour le 53 % des femmes qui ne travaille pas ? Pourquoi le pourcentage des femmes économiquement actives n'a pas augmenté ces derniers 10 ans ?



Par Carolina Villanueva
Co-fondatrice
de GROW,
Genre et Travail.



Par Georgina Sticco
Co-fondatrice
de GROW,
Genre et Travail.

CE SONT LES FEMMES OU LES ORGANISATIONS QUE NOUS DEVONS MODIFIER ?

En premier lieu il faut dire que parmi ce 53 % de femmes, la plupart effectue des tâches de garde d'enfants ou de personnes âgées. Ce sont des tâches de gestion et d'entretien quotidien de la vie, du bien-être physique et émotionnel des personnes. Ces femmes qui sont encore aujourd'hui en charge de la garde des personnes du foyer appartiennent à différents niveaux socio-économiques et ne disposent pas du même degré de liberté. Dans toutes les sociétés la garde des personnes est attribuée particulièrement aux femmes, tâche considérée comme naturelle parce que liée à « l'amour » et qui devient ainsi primordiale et indiscutable. Ceci explique en grande mesure, pourquoi en Argentine le nombre d'heures que les familles destinent au marché du travail se trouve très masculinisée.

Le petit pourcentage d'activité féminine devrait être une préoccupation pour l'État ; le taux de participation des femmes est un indicateur de développement, au moins dans les pays occidentaux et démocratiques. Par exemple : au cours des derniers 20 ans, rien qu'en Amérique Latine, l'entrée au marché du travail de 70 millions de femmes a entraîné une diminution de la pauvreté extrême de 30 %.

Par conséquent, l'État doit prendre les mesures nécessaires pour que la femme rentre avec plus de force dans le marché du travail. Pour cela, il doit fournir des systèmes intégraux de gardes pour que les femmes puissent disposer de plus de temps. De plus il doit promouvoir un changement culturel pour réduire les stéréotypes et préjugés contre les femmes et éviter ainsi la discrimination dans tous ses aspects y compris le travail. Si nous nous concentrons maintenant sur les femmes qui ont la possibilité d'accéder



au marché du travail, nous trouvons une série d'obstacles qui rendent difficile leur développement professionnel. Rappelons qu'à la fin du XX siècle, on croyait que la femme ne se développait pas autant que les hommes par manque de connaissances académiques et d'expérience. Quelques décennies plus tard, les femmes sont la majorité des diplômés du niveau secondaire et représentent le 64 % des diplômés universitaires du pays. Selon ces chiffres, on pourrait penser à une plus grande percée dans le marché du travail ; cependant ce n'a pas été le cas.

À l'intérieur des organisations

De nombreuses organisations, à la recherche d'une plus grande égalité de genre et avec de bonnes intentions, ont entrepris des actions du type coaching ou mentoring pour femmes, ateliers de négociation et leadership et bien d'autres mesures sous le concept de *fix women policies* pour qu'elles deviennent de meilleures professionnelles. Ces mesures échouent en général car elles partent de l'idée que la réussite des carrières des femmes dépend d'elles. Attribuer à titre individuel un problème de culture de l'organisation rend difficile l'intégration et ne montre pas les grands obstacles qu'affrontent les femmes dans leur trajectoire

professionnelle. Chez Grow, nous proposons une approche systémique, où les organisations seraient analysées de manière intégrale pour comprendre les questions qui font partie de leur ADN et empêchent que les femmes aient le même développement que les hommes.

Au cours de notre activité nous avons rencontré certains obstacles généralisés que nous partageons avec vous :

- **Les processus de sélection sont souvent tendancieux** : En Argentine, en un an déterminé, le 66 % des recrutements du secteur privé sont des hommes. Ce qui démontre qu'il existe encore une préférence pour eux. Parfois l'explication est que les hommes sont en majorité dans une carrière ou un secteur déterminé, mais en général cela reflète qu'il y a une difficulté à voir les femmes travailler dans certains domaines ou rôles. Ceci se reflète aussi dans le langage, dans la rédaction des annonces et dans les processus de sélection. Souvent aussi, on cherche à ne pas altérer certaines dynamiques groupales, en introduisant une femme dans un groupe d'hommes qui fonctionne bien, pour ne pas avoir à modifier certains codes de conduite. Parfois on croit que d'inclure des femmes dans un groupe pourrait retarder les processus de décision ; récemment un membre du board de Uber, David Bon-

Sous le lemme “Femmes qui entreprennent”, le Secrétaire d’Entrepreneurs et PME du Ministère de la Production, Mariano Mayer et l’Administratrice des PME des USA, María Contreras-Sweet, ont organisé un déjeuner de travail pour échanger des meilleures pratiques sur l’égalité de genre dans le domaine entrepreneurial et des PME.

Photo : courtoisie Casa Rosada (Maison du Gouvernement).

derman, a dû démissionner après avoir déclaré que d’inclure plus de femmes dans leur board ne ferait qu’augmenter le bavardage.

• **Perception que les femmes sont moins productives :** Le fait que ce soient les femmes qui passent par la grossesse et jouissent du bénéfice du congé maternité et allaitement, les place dans une situation de plus grande susceptibilité. La perte de capital lié à la période du congé, la présomption que les femmes ne s’impliquent pas tellement dans leur travail et l’idée qu’elles manquent plus que les hommes, sont quelques notions ancrées chez les employeurs. Il est utile de rappeler ici que le coût associé au congé maternité en Argentine est prise en charge par la Sécurité Sociale, que le taux de grossesses des femmes salariées est de 3 % par an et que le taux d’absentéisme entre les hommes et les femmes est le même selon les chiffres de l’enquête permanente des foyers.

• **Les évaluations de performance sont plus dures pour les femmes :** Au moment d’être évaluées, les femmes montrent généralement qu’elles sont performantes mais ont un mauvais potentiel. C’est lié au fait que le potentiel dépend de la disponibilité à voyager, à changer de pays, facteur qui entraîne des notes basses pour les femmes qui ont des enfants ; ce n’est pas le cas des hommes qui en ont. Il est important de considérer que les évaluations de potentiel ont un impact sur la décision de l’organisation à investir dans de futures formations de la personne. Une étude réalisée aux USA soutient que les femmes ont + 1,4 de possibilités de recevoir des commentaires subjectifs négatifs sur leur performance. Dans la même situation, comme par exemple le malaise face à un client, une femme s’entend dire qu’elle « a besoin d’avoir plus confiance en elle » alors qu’on demande à un homme de « développer son habileté naturelle pour travailler avec des personnes ». D’autres recherches montrent que le feedback reçu par les femmes est moins précis que celui des hommes et n’a pas de rapport avec leur performance.

AU MOMENT D’ÊTRE ÉVALUÉES, LES FEMMES MONTRENT GÉNÉRALEMENT QU’ELLES SONT PERFORMANTES MAIS ONT UN MAUVAIS POTENTIEL. C’EST LIÉ AU FAIT QUE LE POTENTIEL DÉPEND DE LA DISPONIBILITÉ À VOYAGER, À CHANGER DE PAYS.

• **Les règles informelles ne favorisent pas les femmes :** Dans de nombreuses occasions les rencontres informelles entre collègues finissent par être des lieux de décision. Si toutefois ceci est inévitable, il faut prendre en compte quels sont ces espaces et dans quels horaires ils se tiennent, de manière à essayer d’être le plus inclusifs possibles. Si ces conversations ont lieu pendant des réunions en dehors des heures de travail ou dans des tournois de football, golf ou voyages, il est possible que les femmes en soient exclues. Mettre l’accent sur l’autonomisation des femmes peut être utile, mais ce n’est sans doute pas une condition suffisante pour obtenir un grand impact dans leurs trajectoires au travail. Il est nécessaire d’analyser les cultures des organisations avec une perspective de genre pour identifier quels processus et coutumes ont un impact différent chez les hommes et chez les femmes. Promouvoir des lieux de travail inclusifs, approuver la présence féminine dans des postes cadres, développer un pipeline de femmes occupant des postes moyens et de direction, est très important pour obtenir un changement à long terme.

www.generoytrabajo.com



Premier Appel de Cloche pour l'égalité de genre lancé par l'ONU, organisé à la Bourse de Commerce de Buenos Aires, le 8 mars 2017.

L'événement a eu lieu simultanément dans 43 Bourses du Monde.

L'Argentine compte sur divers instruments juridiques pour créer un cadre d'égalité entre l'homme et la femme y compris dans le domaine du travail. Toutefois le rôle de l'employeur privé est tout aussi important.



Par Analía Durán
MBB Balado
Bevilacqua
Avocats



Par Mercedes
Balado Bevilacqua
MBB Balado
Bevilacqua
Avocats

CONSIDÉRATIONS JURIDIQUES

D'un point de vue juridique, l'Argentine n'a pas adopté des lois imposant aux entrepreneurs privés de recruter un pourcentage déterminé de femmes dans leurs entreprises. Nous ne comptons pas sur des mesures législatives spécifiques tendant à provoquer un changement concret dans la culture entrepreneuriale locale. Par contre, dans divers pays européens – France, Italie, Espagne et Hollande- et asiatiques – Chine et Inde- nous trouvons des normes qui fixent des quotas pour les femmes ou autres groupes minoritaires et qui ont relativement réussi quant à l'inclusion des femmes au travail.

Dans notre pays nous disposons de divers instruments ayant pour objectif primordial la création d'un cadre d'égalité entre l'homme et la femme dans tous les milieux, y compris celui du travail. La réforme constitutionnelle de 1994 a ratifié la validité de l'article 14 bis de la Constitution Nationale ("CN") qui contemple des journées de travail égales et a attribué un rang constitutionnel à des normes supranationales (art. 75, paragraphe 33 CN). De cette manière les droits à l'égalité entre les hommes et les femmes (Pacte de San José de Costa Rica) et à l'égalité patrimoniale (Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination contre la Femme) ont été renforcés.

De son côté, la Loi n° 23.592 prévoit que celui qui, d'une manière arbitraire, empêche, obstrue, restreint ou d'une certaine façon porte atteinte au plein exercice sur des bases égalitaires des droits et garanties fondamentaux reconnus par la Constitution Nationale pourra être attaqué en justice par la personne endommagée afin d'obtenir la réparation des dommages causés. La victime a aussi le droit de demander à la justice de faire cesser l'acte discriminatoire. Dans un cadre antidiscriminatoire général, l'article 17 de la Loi du Contrat de Travail, conformément aux Conventions 100 et 111 de l'Organisation Internationale du Travail, dispose l'interdiction de toute sorte de discrimination entre les travailleurs en raison du sexe, race et religion, entre autres. De son côté, l'article 81 de la Loi mentionnée établit que l'employeur doit donner un même traitement dans des circonstances identiques.

Le traitement inégal a lieu quand les actions de l'employeur sont arbitraires, fondées sur des questions liées au sexe de l'employé et non à des raisons de meilleure efficacité ou performance dans le travail.

Le quid de la question

Le projet de loi qui pourrait apporter un important bénéfice aux femmes du secteur privé, est celui de la réglementation de la création de crèches dans l'entreprise (art. 19 de la Loi du Contrat de Travail). Ce projet permettrait de compter sur des salles maternelles et sur des crèches obligatoires pour que les femmes puissent avoir leurs enfants près d'elles et mieux se concentrer pendant leurs heures de travail et éviter de s'absenter en cas d'éventualités.

L'ensemble de la réglementation mentionnée satisfait seulement un aspect préventif en matière de discrimination et autonomisation de la femme et un traitement très clair concernant

l'endommagement en cas de violation des dispositions légales. Malgré cela, la législation locale n'inclut pas spécifiquement des mesures qui garantissent le droit des femmes à l'égalité d'accès au travail et aux différents postes hiérarchiques.

Finalement et comme corollaire à ce qui a été exposé, lorsque la législation locale n'exige pas des actions concrètes et ne promeut pas directement l'autonomisation de la femme dans le secteur du travail privé, le rôle qu'assume l'employeur est très important. Sans aller plus loin, actuellement les statistiques indiquent que pour une même position de cadre, la rémunération offerte à une femme est souvent inférieure. Ce problème n'a pas encore été résolu et doit être considéré par les différents programmes afin d'obtenir une égalité pour l'accès aux postes de décision mais aussi pour le régime de rémunération accordé.

Les ateliers et schémas de formation pour femmes doivent être dictés dans et hors de l'entreprise et inclure des sujets tels que :

i) la formation pour le développement des affaires ; ii) connaissance basique en finances ; iii) *coaching* d'organisation pour former des femmes leaders en intégrant la flexibilité dans leur travail ; iv) accorder des prêts ou bourses pour faciliter l'accès à des programmes d'études supérieures, à des cours et/ou des maîtrises si nécessaire ; v) interaction avec d'autres femmes leaders ; et vi) utilisation de technologie pour le travail à distance, entre autres questions.

De cette manière sera créé le mécanisme nécessaire tendant à garantir l'accès des femmes à des postes de direction et à des rôles clé dans la gestion des entreprises. Et l'autonomisation de la femme sera efficacement possible seulement si, en plus du cadre juridique approprié, le secteur privé assume un rôle actif quant à sa responsabilité sociale corporative et s'engage à développer des programmes institutionnels tendant à favoriser le positionnement des femmes dans des rôles importants.

L'AUTONOMISATION DE LA FEMME

Les femmes doivent avoir leurs opportunités mais aussi faire leur apport : ne pas s'autolimiter, se former et élargir l'éventail de possibilités.



Par Cristina Bomchil

On parle beaucoup, ces temps-ci, de la diversité et elle représente une véritable préoccupation. Le capital humain est le facteur clé pour la réussite des entreprises ; or il est difficile de recruter et de retenir le talent. Il n'y a aucun doute que différents regards enrichissent la prise de décision et que différentes perspectives sur un sujet permettent une analyse objective et intégrale des situations. On dit que personne à Wall Street n'a pu prévoir la crise des hypothèques *subprime* en 2008 qui a provoqué un séisme dans les marchés de tout le monde. Les analystes des institutions financières de New York –la plupart étant des hommes- avaient été formés dans les universités d'élite les plus renommées du pays, vivaient dans les mêmes quartiers, assistaient aux mêmes activités sociales et culturelles et envoyaient leurs enfants aux mêmes collèges. On peut penser que, si d'autres visions de la réalité économique du moment avaient été intégrées, l'explosion qui se préparait aurait pu être prévue.

Plans de carrière pour promouvoir le talent inné

La femme apporte un nouveau regard sur les affaires, elle a une grande intuition, sensibilité et une intelligence émotionnelle très bien développée. Elle est perceptive, anticipe les sujets et capte rapidement les changements dans l'environnement; parce qu'elle est habituée à la simultanéité des tâches, elle distingue l'important du secondaire. Les entreprises ne doivent pas laisser perdre leurs talents si elles veulent mieux comprendre leurs clients, développer et motiver leurs équipes et créer un climat de confiance et loyauté entre leurs subordonnés. Une bonne pratique d'organisation suggère d'intégrer la femme dans tous les secteurs de la compagnie. Cependant, cela ne suffit pas. Non seulement il est important qu'elle participe dans les équipes de haute responsabilité mais aussi qu'elle s'assie à la table des décideurs. Les femmes doivent être les rapports directs des numéros un, occuper des positions de CEO et particulièrement jouer des rôles importants dans les Conseils d'Administration. C'est là spécialement où elles peuvent marquer une différence. Personnellement je n'ai pas confiance dans la méthode des quotas parce qu'elle engendre ce qu'on appelle la discrimination positive. Il est essentiel que les femmes accèdent à des positions importantes

ELLES DOIVENT SE PRÉPARER, S'IMPLIQUER DANS DES SUJETS EN DEHORS DE LEUR SPÉCIALITÉ POUR ÉLARGIR LEUR REGARD SUR LES QUESTIONS.

par leurs propres mérites. D'un côté, les entreprises doivent leur donner l'opportunité d'exercer des rôles importants, les former et les stimuler pour qu'elles établissent des relations interpersonnelles qui leur soient utiles. Les écouter lorsqu'elles donnent leur opinion et incorporer leurs points de vue dans les décisions. Il ne faut pas qu'elles soient simplement présentes mais encore que leurs idées comptent réellement. Il faut favoriser une politique flexible pendant l'étape de maternité pour qu'une question temporaire ne les fasse pas abandonner l'engagement pris avec leur employeur surtout au moment où leur carrière est ascendante. Elles, à leur tour, doivent se préparer en s'impliquant dans des sujets en dehors de leur spécialité pour élargir leur regard sur les questions ; se déplacer latéralement dans l'organisation pour créer et renforcer les relations avec les différentes directions ainsi que le network de contacts autant internes qu'externes ; se rapprocher des directions senior pour apporter leurs idées sur des sujets stratégiques et ceux qui synchronisent avec le programme du CEO. Être très informées, profiter des formations qui approfondissent leur *know how* ou, mieux encore élargissent leur horizon. Comme elles ont plusieurs facettes, elles doivent éviter de se disperser afin de ne pas permettre à d'autres de profiter de leur aptitude à tout faire ; elles doivent se concentrer fortement sur les objectifs clé et les poursuivre à fond. Souvent c'est la propre femme qui s'autolimite car elle se sent inférieure ou ne prend pas la place qui lui revient, autant dans l'entreprise que dans la dynamique familiale. Vaincre les culpabilités, voir grand, en sachant que les enfants seront fiers d'une mère précieuse et indépendante. Et surtout, chercher à obtenir l'*extra mile*, expression d'origine biblique qui signifie « réaliser un effort supplémentaire ». Le succès n'a pas de secrets, ni pour la femme ni pour l'homme.



Pablo Sánchez Liste

Ainsi définit Pablo Sánchez Liste, directeur de la Communication chez L'Oréal, le modèle de beauté que propose l'entreprise de produits cosmétiques et connexes, en même temps qu'il énumère les programmes et actions réalisés en faveur des femmes.

UNE DIVERSITÉ INFINIE DE FORMES DE BEAUTÉ

Quel est le concept de beauté aujourd'hui ?

Chez L'Oréal nous sommes convaincus qu'il n'y a pas un seul modèle de beauté mais une diversité infinie de formes de beauté liée à des époques, cultures, histoire et personnalités. Nous voulons atteindre les diverses populations grâce à une vision de l'universalisation de la beauté. Nous pensons qu'universaliser ne signifie pas imposer une uniformité mais tout au contraire : s'inspirer de la diversité pour innover.



Comment répercute le fait d'avoir signé les Principes pour l'Autonomisation de la Femme de l'ONU ?

L'Oréal est une compagnie Global Compact LEAD : une des 100 Entreprises incluses dans le Global Compact 100 qui a signé les Principes de l'Autonomisation de la Femme, une initiative de l'ONU Femmes et du Pacte Mondial de l'ONU. Ces principes offrent aux Entreprises et au secteur privé certaines orientations pratiques pour valoriser les femmes dans leur lieu de travail, les marchés et la communauté et ils sont créés pour aider les compagnies à l'heure d'examiner les politiques qu'elles appliquent ou bien au moment d'en créer des nouvelles.

Ces principes cherchent à promouvoir l'égalité de genre depuis le plus haut niveau de la direction, à traiter tous les hommes et femmes de manière égale dans leur travail, à veiller sur la santé, la sécurité et le bien-être de tous les travailleurs hommes et femmes, à faciliter l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes, à mettre en place des pratiques de développement entrepreneurial, chaîne d'approvisionnement et de commercialisation en faveur de l'autonomisation des femmes, et à évaluer et diffuser les progrès réalisés en faveur de l'égalité de genre.

NOUS VOULONS ATTEINDRE LES DIVERSES POPULATIONS GRÂCE À UNE VISION DE L'UNIVERSALISATION DE LA BEAUTÉ.

Concernant les initiatives de L'Oréal dans le monde, comment se distinguent les scientifiques argentines ?

Le programme " Pour les femmes dans la science " a stimulé, pendant les derniers 19 ans, les chercheuses scientifiques dans des moments clé de leurs carrières.

Son objectif est de reconnaître et récompenser l'excellence scientifique des femmes dans ce milieu, en les identifiant et en les appuyant dans tout le monde, de même pour les talents internationaux émergents qui travaillent dans les sciences de la vie ou dans les sciences physiques. Depuis son début, le programme a appuyé plus de 2700 jeunes femmes de 115 pays et a décerné 97 prix à des femmes au sommet de leurs carrières, dont les prof. Elizabeth H. Blackburn et Ada Yonath qui ont gagné le Prix Nobel. Cinq argentines ont été reconnues par le programme : quatre d'entre elles ont basé leurs recherches sur l'étude des sciences de la vie et une, sur les sciences de la matière.

À travers son "Woman4Climate", L'Oréal conseille les jeunes qui développent des solutions pour limiter les effets du changement climatique dans chaque ville du C40 (Groupe de Leadership Climatique) qui participe du programme. Le Groupe mobilise les principales femmes de ses propres équipes pour appuyer les futurs leaders et renforcer leurs capacités de leadership. L'Oréal appuie la recherche sur les conséquences spécifiques du changement climatique, en finançant des cours dans des universités partout dans le monde. Avec les Villes C40, l'entreprise contribue aussi à sélectionner et financer les projets qui répondent à des défis spécifiques dans la lutte contre le changement climatique.

Quelle est la stratégie de L'Oréal pour autonomiser son personnel féminin et comment participe son personnel masculin ?

Les femmes gagnent de l'espace par leur capacité et engagement. Pour les entreprises, l'attitude clé – sans compter la politique de quotas – consiste à garder un regard évaluateur et juste sur la performance et les capacités de chaque travailleur, homme ou femme. De cette manière on parvient à mettre en valeur le développement de chaque personne dans son milieu professionnel pour qu'elle puisse développer tout son potentiel.

Avec le programme "Share & Care" nous travaillons sur ces aspects, pour promouvoir un cadre de référence commun à toutes les entreprises du Groupe et travailler pour que chacun des 65



10^e Édition du Prix National L'Oréal - UNESCO Pour les Femmes dans la Science avec toutes les gagnantes des dernières dix années.

Cérémonie d'inauguration de Beauté pour un futur

pays qui l'intègrent devienne un laboratoire d'innovation sociale. Partager l'intelligence, les connaissances et les découvertes, faire circuler les meilleures pratiques et expériences locales sont des manières de satisfaire des communautés professionnelles diverses et plus inclusives. A l'intérieur de l'entreprise, ce programme travaille sur le bien-être de nos collaborateurs pour que leur vie personnelle et leur développement professionnel coexistent harmonieusement. Adopter des mesures comme les vendredis "courts", la possibilité de congés maternité et paternité prolongés et les modalités flexibles sont des actions qui priorisent le soin des personnes et qui, en créant des meilleures conditions de travail entraînent des meilleures performances et plus d'engagement des collaborateurs internes de la compagnie.

Combien de femmes cadres travaillent dans la compagnie ?

Certaines études montrent ce qu'apporte la vision féminine aux postes de décision et les qualités distinctives qu'elles offrent aux équipes de travail qu'elles intègrent : plus de collaboration et d'empathie, sens de la justice et sensibilité, grande capacité à intégrer et assimiler rapidement l'information, meilleure perspective concernant la portée des tâches. L'Oréal est une compagnie intégrée par 75.000 personnes autour du monde. De cette population, le 70 % sont des femmes. Et aussi, le 46% du conseil d'administration est intégré par des femmes et le 58% des marques de L'Oréal sont dirigées par des femmes.

Quels sont les programmes de la filiale locale orientés vers son public direct -c'est-à-dire ses clients- et vers son groupe d'intérêt général soit la communauté ?

Pour la communauté, l'entreprise travaille fortement sur les objectifs liés au développement durable parce que nous pensons qu'assumer une attitude responsable implique aussi une collaboration pour améliorer les conditions des femmes dans leurs communautés. Dans ce sens, le programme "Beauté pour un futur"

LE PROGRAMME "POUR LES FEMMES DANS LA SCIENCE" A APPUYÉ PLUS DE 2700 FEMMES JEUNES DE 115 PAYS ET A DÉCERNÉ DES PRIX À 97 SCIENTIFIQUES AU SOMMET DE LEURS CARRIÈRES.

mène des actions ponctuelles selon les besoins et caractéristiques de chaque endroit et existe déjà dans 20 pays. En Argentine il organise des formations en maquillage et coiffure destinées à des femmes en situation de vulnérabilité sociale et économique. L'objectif est double : transmettre un savoir et en même temps, accompagner l'inclusion de ces personnes dans le marché du travail, ce qui a des effets sur leur cercle familial et aussi sur leur communauté.

Dans le milieu de l'innovation scientifique, comme je l'ai déjà dit, nous faisons –avec l'UNESCO- la promotion du programme "Pour les Femmes dans la Science" depuis 1998. Finalement, nous travaillons pour offrir un modèle d'affaires qui parvienne à un plus grand nombre de femmes. Une argentine sur deux utilise des produits L'Oréal. Dans le but de satisfaire la demande des consommatrices locales, nous augmentons et complétons notre offre de produits, en déployant notre unique portefeuille diversifié en 32 marques globales complémentaires que nous enrichissons constamment. Il s'agit d'un portefeuille de marques multiculturel qui englobe toutes les chaînes de distribution, toutes les aspirations de beauté ainsi que tous les prix : du segment *premium* jusqu'à l'accessible pensé pour la femme qui travaille, avec notre dernier lancement de maquillage « Vogue ».



Photo 1 : Événement organisé par WAAG d' AccorHotels.

Photo 2 : Campagne d'Avène

Plusieurs entreprises Membres de CCI France Argentine ont partagé leur témoignage sur les initiatives et les programmes qu'elles appliquent autant pour leur personnel que pour leurs groupes d'intérêt pour favoriser la diversité et autonomiser les femmes.

LES ENTREPRISES S'ENGAGENT

AccorHotels : Women at Accor Generation (WAAG)

Accor, premier opérateur hôtelier du monde a signé les principes de WEPS, le Programme d'Autonomisation des Femmes (de par leur sigle en anglais). Cette initiative de l'ONU Femmes et du Pacte Mondial des Nations Unies définit 7 axes qui défendent le rôle important de la femme dans l'entreprise, dans le marché du travail et dans la société : promouvoir l'égalité de genre depuis le plus haut niveau de la compagnie ; traiter tout le monde, hommes et femmes, de manière égale dans le travail ; respecter et défendre les droits humains et la non discrimination ; veiller sur la santé, la sécurité et le bien-être de tous les travailleurs (hommes et femmes) ; promouvoir l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes ; mettre en place des pratiques de développement entrepreneurial, chaîne d'approvisionnement et marketing en faveur de l'autonomisation des femmes ; promouvoir l'égalité grâce à des initiatives communautaires et la mobilisation ; évaluer et diffuser les progrès réalisés en faveur de l'égalité de genre.

Sébastien Bazin, Président-Directeur Général du Groupe, a déclaré que "c'est l'engagement d'Accor contre les stéréotypes et en faveur de l'augmentation du pourcentage de femmes dans des postes de direction.

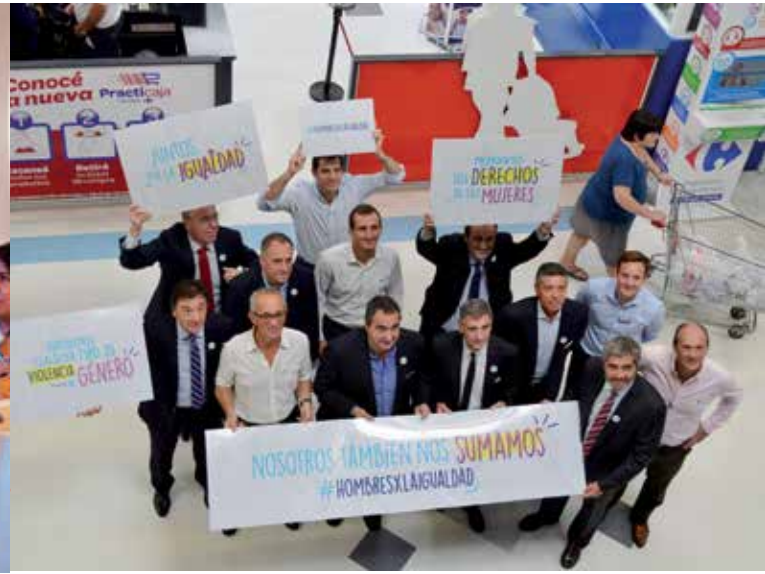


Photo 1 : Événements sur la diversité réalisés par HSBC

Photo 2 : Employés de Carrefour qui se sont engagés dans la campagne "Hommes pour l'Égalité".

La diversité est un défi qui doit dynamiser la performance et l'innovation au sein de nos équipes et en l'appliquant, nous sommes tous gagnants ». C'est dans cet esprit qu'est né, il y a deux ans, Women at Accor Generation. (WAAG), réseau international de plus de 2500 membres au niveau mondial qui cherche à accompagner les femmes dans leur développement personnel et professionnel en promouvant un programme de mentoring, le dialogue, l'évolution professionnelle et la relation avec d'autres réseaux de femmes. Le réseau WAAG a une particularité : il est, depuis le début, ouvert aux hommes et aux femmes. Aujourd'hui les hommes représentent le 54% des employés d'Accor Hotels, le 72,6% des Directeurs Généraux des Hôtels et le 18% des membres de WAAG. Pendant les prochains trois ans, 50.000 employés hommes s'engageront à être champions HeForShe.

Avène: Attitude Pourpre

Alliance en faveur de l'égalité de genre

Eau Thermale Avène a présenté une proposition qui cherche à sensibiliser la société sur le sujet de l'égalité de genre. Pendant le mois de la Femme (mars), les laboratoires dermatologiques Avène (Groupe Pierre Fabre) et la Fondation pour l'Étude et la Recherche de la Femme (FEIM) se sont unis pour promouvoir l'égalité de genre à travers la campagne #Attitude Pourpre. La marque des peaux sensibles a attribué des financements pour réaliser des ateliers de sensibilisation et formation pour des groupes d'adolescents et jeunes de divers endroits du pays. #Attitude Pourpre est née pour rompre les stéréotypes du rose pour les femmes et du bleu pour les hommes. Nous vivons dans un monde mixte et de l'union de ces deux couleurs émerge le pourpre. "Nous avons été enthousiasmés à l'idée de participer avec FEIM d'une proposition si inspiratrice et intégratrice. Nous appuyons l'engagement de parier

pour une société moins divisée et croyons qu'il est nécessaire de promouvoir le changement vers un espace commun avec des opportunités pareilles pour tous » a affirmé Silvina Zeitune, directrice de marketing de Pierre Fabre Dermo-cosmétique. Eau Thermale Avène et FEIM ont invité les consommateurs de la marque à participer aussi pour une société plus juste et égalitaire à travers le site web d'Attitude Pourpre et des réseaux sociaux. Dans des pharmacies sélectionnées ont été montés des espaces Pourpre où les consommateurs qui se sont engagés à suivre l'initiative pouvaient obtenir des cadeaux et des réductions de prix. Les adeptes de la marque qui n'ont pas pu se rendre aux points sélectionnés, étaient invités à se prendre une selfie et de la partager avec le hashtag de la campagne en ajoutant un item couleur pourpre en signe d'appui à l'égalité de genre.

Plus d'information: www.actitudpurpura.com.ar

Carrefour: Programme Femmes Leaders

Carrefour est un des employeurs privés les plus importants de l'Argentine, avec près de 20.000 collaborateurs, dont le 46% sont des femmes. A mesure que l'on remonte l'échelle hiérarchique, ce pourcentage diminue : c'est pourquoi depuis 2012 la filiale locale développe le Programme Femmes Leaders, qui a pour objectif d'autonomiser le rôle de la femme dans l'entreprise et de promouvoir son développement dans la haute direction. Ce programme, appliqué par la Direction des Ressources Humaines locale et soutenu par le Groupe Carrefour, a pour objectif de positionner la compagnie comme une entreprise familièrement responsable qui adapte ses politiques de ressources humaines et engendre des nouvelles pratiques permettant aux femmes de développer autant leur vie professionnelle que leur vie de famille et favorisant le changement culturel nécessaire dans la compagnie. En septembre



Workshop organizado por Merkaba

2014 Carrefour a adhéré aux 7 principes pour l'Autonomisation des Femmes de l'ONU (WEP's) : ainsi se créa le groupe de travail "Entreprises pour l'Égalité" où 20 sociétés se réunissent mensuellement pour partager des actions sur l'égalité de genre avec la coordination du PNUD. En décembre 2014, Carrefour Argentine a reçu le Prix "Gender Equality International Standard" pour ses efforts dans la promotion de l'égalité des opportunités dans le milieu du travail. Par ailleurs, Daniel Fernández -président de la filiale locale- a signé en 2015 un accord avec le réseau des « Hommes pour l'Égalité » (programme des Nations Unies en Argentine, le Conseil National des Femmes, la Fondation Avon et l'Université Nationale de San Martín-UNSAM), qui fait partie de la campagne « Unis-toi contre la violence de genre », lancée en 2008 par le Secrétaire Général de l'ONU dans le but de créer une conscience publique, approfondir la volonté politique et augmenter les ressources pour prévenir et répondre à toute forme de violence contre femmes et jeunes filles. En 2010 le 19% seulement des postes °cadres étaient occupés par des femmes. Après l'entrée en vigueur du programme, en 2016 ce chiffre a déjà atteint le 29 %.

DANIEL FERNÁNDEZ A SIGNÉ EN 2015 UN ACCORD AVEC LE RÉSEAU "HOMMES POUR L'ÉGALITÉ" QUI FAIT PARTIE DE LA CAMPAGNE "UNIS-TOI CONTRE LA VIOLENCE DE GENRE", LANCÉE PAR L'ONU.

HSBC : Les Groupes d'Affinité

L'un des objectifs de HSBC est d'augmenter la représentation féminine dans les postes de direction et ils focalisent leurs efforts sur les processus d'attraction du talent et de la succession et accélération du développement des femmes ayant du talent. Au niveau mondial, la compagnie s'est fixé un objectif de diversité pour l'Amérique Latine de 20,7 % de femmes dans des positions cadres en 2017. En décembre 2016, en Argentine, ce chiffre a été dépassé (21,2 %). Chez HSBC Argentine, l'employé type est une femme ; elle a 34 ans, est célibataire sans enfants et travaille depuis 8 ans dans la compagnie. Dans le secteur *Banque d'Individus*, le plus grand de tous, le 56 % sont des femmes.

La compagnie mène actuellement, dans les différents pays où elle est implantée, une initiative globale qui a pour objectif de promouvoir la diversité dans l'organisation à travers les groupes d'Affinité qui s'appellent – en Argentine – Groupes MULTI. Les groupes d'Affinité ou MULTI sont formés par des collaborateurs (hommes et femmes) qui viennent volontairement travailler sur différents sujets concernant la diversité. Chaque groupe se réunit régulièrement pour décider des actions, des activités et des événements, en créant ainsi un climat de travail diversifié et inclusif.

En Argentine, il existe 4 groupes MULTI : développement des femmes ; lesbiennes, gays, bisexuels et transsexuels ; handicapés ; générations. Une autre initiative de HSBC est son Programme de Sponsorisation qui charge un leader exécutif d'appuyer activement une collaboratrice de son secteur, d'un niveau hiérarchique inférieur, pour qu'elle progresse dans sa carrière.

La compagnie organise également divers entraînements comme le programme *Women in Leadership*, où participent des collaboratrices qui reçoivent des outils de leadership et séances de coaching individuel entre autres contenus.

Merkaba : Women Executive

Le cabinet de consulting Merkaba a pour objectif de créer chez les femmes des habitudes de pouvoir personnel et de coordination effective pour obtenir des résultats extraordinaires dans les affaires et sur les marchés. Il propose aux femmes cadres l'atelier *Women Executive© 2017 – Leadership & Transformational Organization*. Tandis que les entraînements traditionnels offrent seulement des concepts, théories ou modèles, dans ce workshop on construit des réalités à travers la conversation. L'objectif est d'inspirer et générer de nouvelles possibilités d'action pour le futur ; observer, obtenir des résultats au delà de ce que nous sommes capables d'imaginer et de ce que nous savons déjà. Terminé le workshop, Merkaba s'engage à aider les assistantes à découvrir les distinctions linguistiques qui transforment la manière d'observer la réalité, à établir un networking entre professionnelles cadres, à acquérir un savoir-faire et à former leurs compétences pour travailler dans une organisation en anticipant les changements naturels des futurs modèles du marché international. "Nous observons que nous avons à faire face à des défis sans précédents, pas seulement dans les affaires mais aussi dans la société, spécialement à cause du changement climatique. Les cadres féminins ont vu se produire des changements dans leur carrière. Les individus cherchent non seulement à réussir dans

leur travail mais aussi à vivre avec plus d'équilibre et de bien-être. Quelles sont les questions récurrentes dans les organisations ? Comment tenir des conversations sur l'engagement dans un monde qui change en permanence ? Ces questions sont posées par des personnes engagées à créer le futur et à coordonner des actions effectives, pas seulement pour améliorer le statu quo mais aussi pour être créatives et profiter des transformations de ces changements. Il est nécessaire que l'ancienne culture se transforme pour générer de nouvelles formes d'observation, de nouveaux choix, de nouvelles compétences pour agir avec sincérité, alignés et préparés pour les changements que nous ne parvenons même pas encore à imaginer. C'est « voir » le monde avec du pouvoir et agir en conséquence.

Consultations: program@womenexecutive2017.com // registration@womenexecutive2017.com

Renault- Nissan: le programme Women@Renault

Le programme Women@Renault est né en 2010 au niveau mondial. C'est un plan d'action du Groupe Renault qui cherche à renforcer la complémentarité dans le sein des équipes de travail, un axe vital d'amélioration pour la performance de la compagnie. Il s'articule par l'interaction des services Ressources Humaines et Responsabilité Sociale des Entreprises. La mission du programme est d'accompagner et de mettre en place l'axe stratégique de Renault « Diversité », en proposant un réseau d'échange avec des idées innovantes, de nouvelles dimensions de l'affaire et de son approche aux différents marchés. Le plan a été baptisé du nom de Women@Renault (W@R) même si le réseau est intégré par tous les collaborateurs qui souhaitent y entrer sans classification par sexe. Au niveau global il est suivi par 2 organes spéciaux : Le Women-Cinq (W5), composé par l'équipe fondatrice intégrée par : la Direction Adjointe à la Présidence Corporative, Ingénierie, RSE, RRHH et Communication. Le Women@Vingt (W20) composé par des positions importantes des différents secteurs de l'organisation qui agissent comme représentants des membres du réseau, en promouvant entre ses actions des équipes mixtes dans le sein de la compagnie et de ses entreprises partenaires. L'origine du programme W@R provient du Comité Exécutif Monde. Il est basé sur les résultats des travaux du groupe de réflexion W@R présentés au Women's Forum 2009 et validés par ledit comité le 11 mars 2010. "Il est bon de recruter et promouvoir des femmes, pas seulement pour la société mais aussi pour notre affaire puisque les femmes décident ou influencent la plupart des achats de voitures au niveau mondial » assure Carlos Ghosn, Président et Directeur de l'Alliance Renault-Nissan.

PSA Groupe, une question de qualité

Depuis plus d'une décennie, PSA Groupe fait partie d'une tendance corporative mondiale orientée à ce que des femmes travaillent dans tous les secteurs et niveaux, qu'elles développent leur carrière professionnelle en harmonie avec leur vie personnelle et familiale et déploient des styles de leadership propres autant dans l'entreprise qu'en dehors de celle-ci.



Employée de Renault qui travaille comme contrôleuse dans l'usine de Santa Isabel

La stratégie ne se limite pas à ajouter des femmes aux équipes mais elle cherche aussi à créer un environnement de travail plus flexible qui réponde à leurs intérêts et besoins. Cette vision représente un pari pour l'industrie automobile en général et en particulier pour les secteurs qui historiquement comptent sur une majorité masculine comme, par exemple, l'usine de production. En effet, depuis 2005, le Groupe a mis en marche une politique spécifique pour intégrer les femmes aux secteurs de production. Son application se réalise de manière soignée et responsable ; elle inclut, entre autres actions, la réalisation d'une évaluation ergonomique des postes qu'elles vont occuper. Cela consiste à mesurer le poids, force, habileté et mouvements que demande la tâche pour éviter les surcharges et soigner la santé et le bien-être des collaboratrices.

Dans la même optique, celles qui sont enceintes, à partir de la 20^e semaine de gestation, accèdent à des postes spéciaux, comptent sur des vêtements de travail adéquats et disposent de périodes de repos exceptionnelles. Après la naissance de l'enfant, au moment du retour au travail, le service des Ressources Humaines offre un espace pour que les nouvelles mères ne soient pas obligées d'interrompre l'allaitement. Périodiquement, des conférences et ateliers sur la maternité responsable, sont organisés. Le 50 % du personnel étant féminin, dans les dernières années, les actions orientées à la prévention de diverses maladies et spécialement de celles qui affectent particulièrement les femmes, ont été renforcées. Un système a été créé pour réaliser des contrôles médicaux et détecter des pathologies qui affectent les femmes comme, par exemple, le cancer du col de l'utérus et des seins. Le Service de Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) et le Service Médical, sont chargés de stimuler l'utilisation de ces prestations et d'organiser des initiatives ouvertes à toute la communauté. En 2016 une marche a été réalisée pour la prise de conscience de l'importance de la prévention du cancer du sein. 350 personnes de l'entreprise y compris de l'usine -située dans la localité du Palomar- y ont participé.

Dans l'industrie automobile où la présence masculine est importante, relever ce défi requiert de la conviction, décision et responsabilité. C'est ce que fait le Groupe PSA, avec la certitude que cette transformation bénéficie autant les hommes que les femmes et que c'est une des conditions indispensables pour installer un développement durable dans toute la société.



Amalia Farias, ouvrière
du service Logistique de PSA Groupe.

Groupe Total: La diversité nous rend meilleurs

La diversité est un aspect fondamental de la culture corporative du Groupe Total et un facteur clé pour améliorer la compétitivité, augmenter la capacité d'innovation et renforcer l'image de la compagnie à l'heure d'attirer de nouveaux talents. La Journée Mondiale sur la Diversité est un événement interne et international qui mobilise tous les dirigeants des filiales de Total au niveau global dans le but de promouvoir la diversité et l'inclusion pour tous. Le Conseil de la Diversité du Groupe a décidé de célébrer cet événement, réalisé pour la première fois en 2011, tous les deux ans.

Dans ce cadre, du 15 au 19 mai dernier, Total Austral a adhéré à la journée sous le lemme « La diversité nous rend meilleurs : démontrons notre respect envers l'autre ». Des ateliers ont encouragé la réflexion sur les préjugés inconscients que nous portons tous dans notre intérieur. Et un mur virtuel a été créé pour que chaque collaborateur puisse partager son expérience avec toutes les filiales. Selon la dernière enquête de Total Survey (2015), le 85 % des employés pense que la diversité est acceptée et respectée et le 75 % est d'accord pour dire que le Groupe la promeut à travers des faits concrets. Total favorise le développement de carrière pour les femmes dans ses équipes de travail, en offrant une égalité d'opportunités.

Chez Total Austral, depuis 2007 on travaille intensément sur la mobilité géographique des femmes, tant localement (vers les gisements) qu'internationalement : une femme au moins par an part comme expatriée à une filiale du groupe, en prenant en compte l'équilibre entre vie personnelle et professionnelle. Actuellement, le Comité de Direction de Total Austral est représenté par un 15% de femmes. Dans le segment de "hauts potentiels", le 35 % est composé de femmes; chacune compte sur un plan de carrière, formation et coaching individuel. Dans les plans de succession de postes critiques, le 43 % compte sur au moins une femme pour occuper cette position.



Caroline Coll (directrice culturelle de l'Alliance Française en Argentine), Yann Lorvo (directeur de l'Institut français d'Argentine), l'artiste Orlan, Bruno Simonin (délégué général de l'Alliance Française en Argentine).



Prix Marianne, Laurence Loyer (vice-présidente Marianne), Eve Grynberg (organisatrice), Marcelo Elizondo, Isela Constantini et Silvia Torres Carbonell (jurés), Silvia Taurozzi (organisatrice et juré), Ralph Haiek (juré), Eugenia Botta (Présidente Marianne).

FEMMES REMARQUABLES

L'Alliance Française à travers la culture et l'art, et l'association Marianne à travers la société civile, participent à l'autonomisation des femmes en renforçant les liens franco-argentins.

Il n'y a aucun pays au monde où n'aient pas lieu des manifestations de violence – physique, sociale ou symbolique – contre les femmes. L'inégalité entre les sexes et la domination masculine persistent sous diverses formes et à différents niveaux dans le monde. Les femmes continuent à être victimes de la discrimination. Dans différents endroits de la planète, les disparitions, viols et assassinats ont lieu massivement et deviennent monnaie courante. Cette situation est scandaleuse. Améliorer le statut et le rôle des femmes dans notre société globalisée est un objectif central et urgent pour lequel doivent agir hommes et femmes. Dans ce cadre, l'Alliance Française de Buenos Aires propose, au cours de l'année 2017, le projet FEMMES EN MAYUSCULES. Il s'agit d'un programme culturel et artistique qui sert à diffuser et partager les études sur la situation des femmes dans le monde,

à enrichir le débat d'idées contre la violence pratiquée sur les femmes et pour l'égalité entre les genres, à agir concrètement en favorisant l'intervention pendant l'année, de femmes impliquées dans les domaines culturel, artistique, intellectuel et scientifique. L'artiste française Orlan, pionnière du *body art* et incarnation de la revendication du droit de disposer de son corps, est la marraine du programme et elle est venue à Buenos Aires pour donner une conférence et inaugurer son exposition au siège de l'Alliance Française.

Prix Marianne

Le 1er Prix Marianne 2017 a été lancé avec un grand enthousiasme et les candidates pourront présenter leurs projets – qui doivent avoir plus de 2 ans d'existence – jusqu'au 31 juillet. La gagnante obtiendra une semaine en France avec tous les frais de passage et séjour inclus, un programme de visites et réunions préparé et un réseau de contacts parmi les leaders de son secteur d'activité mis à sa disposition pour appuyer son entreprise. "Ce Prix est la première activité qu'organise Marianne qui cherche un impact en dehors de l'association pour unir la France et l'Argentine à travers des femmes professionnelles, audacieuses et précieuses », a exprimé María Eugenia Botta, présidente de l'association. Et elle a ajouté : "Pour Marianne ce serait un honneur d'avoir contribué au succès du projet par de la formation et du networking. La France contribue ainsi à la formation d'une argentine chef d'entreprise". Cette première édition du Prix compte sur l'appui de l'Ambassade de France, de l'Alliance Française et de CCI France Argentine comme partenaires stratégiques pour le développement du concours. Par ailleurs, Banco Supervielle, Eximia, Air France, Sofitel, Equinnox Travel, Danone, Armando Florería, Radio Cultura y Revue Ecosistema ont apporté leur sponsoring pour promouvoir les liens entre les deux pays. Le trophée sera réalisé spécialement par la célèbre sculptrice et membre de Marianne, Cristina Picada. Le jury est composé par Isela Constantini, Silvia Torres Carbonell, Marcelo Elizondo, Ralph Haiek y Silvia Taurozzi.

Informations, bases et conditions :
www.marianne.com.ar