

Dans l'industrie, le combat pour la visibilité des femmes

par Anne-Sophie Bellaïche 27/09/2018 À 07H00

[Medef](#) , [Industrielles](#)

Enquête La bataille pour faire émerger les femmes, encore bien trop absentes des médias et des instances de débats, s'intensifie et les soutiens se multiplient.



Pour donner de la voix aux lauréates du concours Femmes en vue, Voxfemina leur propose un media training dans un studio de TF1.

Sommaire du dossier

Dans l'industrie, le combat pour la visibilité des femmes

"Chez Airbus, nous avons des profils féminins formidables que l'on n'utilise pas assez", estime Grazia Vittadini, Femme de l'industrie de

l'année

[Trophées des femmes de l'industrie] Grazia Vittadini (Airbus), Femme de l'industrie de l'année

[Trophées des femmes de l'industrie] Anne Bianchi (Naval Group), Prix spécial du jury

[Trophées des femmes de l'industrie] Anne-Catherine Brioux (Renault), prix de la Femme de production

[Trophées des femmes de l'industrie] Magali Anderson (LafargeHolcim), prix de la Femme de l'international

[Trophées des femmes de l'industrie] Armelle Laugier (SNCF Mobilités), prix de la Femme de projets

[Trophées des femmes de l'industrie] Bénédicte Jézéquel (Silvadec), prix de la Femme entrepreneur

[Trophées des femmes de l'industrie] Anne Vetter-Tifrit (Velum), prix de la Femme du numérique

[Trophées des femmes de l'industrie] Patrizia Gatti Gregori (SNCF Réseau), prix de la Femme de développement durable

[Trophées des femmes de l'industrie] Anne Guillaume (Renault), prix de la Femme de R&D

[Trophées des femmes de l'industrie] Ekaterina Shilova (Ajelis), prix de la Femme d'innovation

[Trophées des femmes de l'industrie] Cécile Courcoul (Airbus), prix de la Femme "commerciale"

[Trophées des femmes de l'industrie] Estelle Morelle (Seb Développement), prix de la Femme "au début prometteur"

Où sont les femmes ? Si comme Patrick Juvet, vous vous posez la question, la réponse est... pas dans les médias... Du moins pas les femmes d'affaires, comme le montre l'Observatoire de la parité dans la presse française de Press'edd. En 2017, parmi les 41 personnalités du business les plus citées en presse écrite, on ne comptait que deux femmes : Christiane Lambert, la patronne de la FNSEA, et Delphine Ernotte, celle de France Télévisions. La première propulsée sur le devant de la scène par la crise agricole, la seconde par la réforme de France Télévisions. Le début de l'année 2018 en voyait deux de plus, Isabelle Kocher, la directrice générale d'Engie, et

Sheryl Sandberg, la chief operation officer de [Facebook](#).

Mais au-delà, il faut le reconnaître, c'est un peu le désert. Une situation d'autant plus préoccupante qu'en 2017, en politique, on

comptait un quart de personnalités féminines qui totalisaient 17% des citations de la presse. Selon le réalisateur de l'observatoire, Jean-Frédéric Farny, le dirigeant d'EDD, ce tropisme est en partie lié au fonctionnement des médias. *"Il faut des têtes d'affiches, des personnalités qui émergent. Dans la catégorie business, ce sont plutôt des patrons des grandes entreprises et plutôt les PDG que d'autres fonctions qui sont médiatisés. Avec seulement trois femmes à la tête d'entreprises du SBF 120, cela ne leur laisse pas beaucoup de place."*

Trente industrielles à la manœuvre

À "L'Usine Nouvelle", nous avons décidé de lutter – à notre mesure – pour la visibilité des femmes d'entreprises. Elles s'investissent sur des sujets majeurs et variés comme le démontre le parcours des trente nominées de nos Trophées des femmes de l'industrie que nous présentons dans ce dossier. Elles sont à la manœuvre aussi bien dans la production, le commercial que la R & D et l'innovation. La gestion de grands projets ne leur fait pas peur, qu'ils s'agissent de la nouvelle liaison TGV entre la France et la [Suisse](#), avec ses 45 gares et ses 230 km, ou de la livraison d'une escadrille de sous-marins au [Brésil](#). Notre industrielle de l'année, Grazia Vittadini, a même réussi à pénétrer une forteresse jusqu'ici imprenable : le comité exécutif d'[Airbus](#).

Faire émerger les femmes dans les médias est un chantier identifié depuis dix ans déjà par l'association Voxfemina que Cécile de Guillebon, la directrice immobilière du groupe [Renault](#), a cofondé. Mais pas pour n'importe quelle prise de parole : *"Nous nous sommes aperçus que l'on tendait le micro à des femmes en les cantonnant à certains sujets comme la famille, la santé... Nous avons voulu faire émerger leur expertise sur des sujets plus larges."* Son association, qui organise chaque année le concours Femmes en Vue, met donc en avant des profils qualifiés et

seniors tout en prodiguant du media training aux volontaires. *"Cela a très bien fonctionné, en particulier sur les sujets juridiques"*, explique Cécile de Guillebon. Et ce, même si, elle le reconnaît *"il y a tout un travail à faire pour expliquer aux femmes qu'elles doivent se rendre disponibles auprès des journalistes"*.

Mais le combat pour la visibilité des femmes ne se limite pas aux médias. C'est aussi dans les événements professionnels quotidiens, dans les instances de débats qu'elles ont une place à prendre. La prise de conscience est là. Si, de cette année, on a surtout retenu le hashtag #BalanceTonPorc, un autre plus discret monte sur les réseaux sociaux depuis deux ans et grossit depuis, le hashtag #JamaisSansElles. Le premier pousse les femmes à dénoncer des hommes, le second pousse les hommes à soutenir les femmes. Si la première injonction relève plutôt du judiciaire, la deuxième vise à faire changer les mentalités et est à la portée de tous les hommes invités dans un débat ou une table ronde professionnelle. Ces hommes-là sont beaucoup plus nombreux que le petit nombre de violeurs ou harceleurs professionnels.

#JamaisSansElles

La mèche a été allumée par un homme, Guy Mamou-Mani, le dirigeant d'Open et ex-président du Syntec numérique. En 2015, il réagit à un tweet affligé de Natacha Quester-Séméon, qui montre la photo d'une table ronde exclusivement masculine à l'Élysée lors d'un événement sur le numérique. Solidaire, il réplique immédiatement qu'il ne participera plus jamais à une table ronde sans présence féminine. Natacha Quester-Séméon et Tatiana F-Salomon attrapent la balle au bond et lancent, avec un groupe d'hommes du numérique, #JamaisSansElles, qui s'est depuis transformé en association. *"Depuis son lancement, j'ai refusé des dizaines de tables rondes, j'ai fait changer des programmes, les organisateurs nous appellent avant pour nous demander des conseils. Comment une jeune femme pourrait se projeter dans nos métiers si elle ne voit que des hommes en parler ?"*, confie Guy Mamou-Mani.

L'enjeu de la mixité est criant dans les milieux du numérique, et c'est sans

doute ce qui explique que ce milieu ait pris le sujet plus à cœur. La mixité est désormais devenue le souci de tous les organisateurs d'événements, mais dans les professions numériques, les résultats sont encore "mitigés" selon l'aveu même de Guy Mamou-Mani. *"On se heurte au réel, il n'y a toujours que 5% de filles dans les écoles du numérique."*

Révolution silencieuse

C'est le cas encore pour l'accès aux postes de responsabilité. Pourtant une révolution s'est opérée depuis quatre ans : la présence des femmes au conseil d'administration. Elles sont désormais 41,8% dans le SBF 120. Mais c'est une révolution silencieuse car une administratrice, par nature, ne prend pas la parole. Reste à gagner les fonctions exécutives visibles car on ne compte encore que 14% de femmes dans les Comex du SBF 120. Pour Laurence Parisot, *"la mixité évolue, mais la tâche est gigantesque. On n'efface pas en quelques années des siècles de misogynie qui n'est rien de moins qu'un racisme, une incapacité de certains hommes à reconnaître des compétences équivalentes chez les femmes et à accepter des sensibilités différentes"*. L'ancienne présidente du Medef ne jette pas la pierre à tous. Et *"parce qu'elle voit les choses de l'intérieur"*, elle veut témoigner que dans les deux conseils où elle est administratrice, [EDF](#) et BNP Paribas, *"Jean-Bernard Levy et Jean-Laurent Bonnafé sont très impliqués sur la promotion des femmes"*.

De son côté, Stéphane Richard, le président d'[Orange](#), a encore musclé la mixité de sa garde rapprochée cette année en nommant Mari-Noëlle Jégo-Laveissière (directrice innovation) et Florence Dulac (directrice d'Orange France) directrices générales adjointes du groupe, et en intégrant Valérie Le Boulanger (DRH) à son Comex. Agnès Touraine, la directrice de l'Institut français des administrateurs, qui a beaucoup œuvré pour les quotas dans les conseils, prévient : *"La promotion des femmes dans les organes exécutifs passe désormais par des objectifs chiffrés et volontaristes. Si les entreprises ne les atteignent pas d'ici trois à cinq ans, il y aura des mesures plus rudes. La balle est dans le camp des dirigeants."* S'ils y parviennent, la visibilité des femmes ne sera plus un

effort, mais le reflet d'un nouveau monde.

Réagir à cet article

Dans la même rubrique



Trophée des Femmes de l'Industrie Le 25 septembre, L'Usine Nouvelle a remis les Trophées des femmes de l'industrie. Dix catégories[...]

25/09/2018 - 23h52 |

| **Airbus Group, Airbus, L'Usine Aéro**

La visibilité des femmes dans les médias en 2018 ? Ce n'est toujours pas ça

Publié le 21 décembre 2018 à 16h08



© Getty

Donnez de la visibilité aux femmes dans les médias en 2018 ne semble toujours pas d'actualité, à en croire la 6^{ème} édition du classement des personnalités les plus médiatisées réalisé par [Press'edd](#). Le pourcentage des personnalités féminines sollicitées par les médias n'est que de 15,3% sur les 1000 figures les plus en*

vogue sur les petits écrans ou dans nos journaux cette année.

Encore une difficile année pour la visibilité des femmes dans les médias. Seulement 153 femmes sont recensées dans le classement des 1000 personnalités médiatisées en 2018, réalisé et publié par la plateforme spécialisé dans la veille d'articles de presse et sur le Web, Press'edd. L'étude définit le palmarès selon différents domaines : culture, politique, sport et business. Tous secteurs confondus, la progression de [la représentation des femmes](#) dans les médias est en baisse depuis 6 ans. En 2013, le pourcentage d'apparition de personnalités féminines dans les médias était de 19,2%. Selon l'étude de Press'edd, il passe à 17,3% en 2014, puis à 15,1% en 2015 pour connaître un rebond à 16,8% et 16,9% pour les années 2016 et 2017. C'est surtout côté business que la médiatisation des femmes est quasiment inexistante. Elles ne sont que 1% des personnalités interrogées ! Seule Christiane Lambert, la présidente de la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles ([FNSEA](#)), tient la 8^e position du top 10 des personnalités « business » mais se positionne à la 242^e place dans le classement général... A l'inverse, le seul domaine qui laisse de la place aux femmes est celui de la culture et des médias. En effet, 45% de personnalités féminines de ce secteur sont invitées sur les plateaux ou font la Une de la presse écrite, comme [Laeticia Hallyday](#) (82^e) ou [Laura Smet](#) (88^e). Cependant, concernant le sport et la politique, elles ne tirent toujours pas leur épingle du jeu.

La faute à la coupe du monde ?

Et oui en 2018, la France a accroché une deuxième étoile à son maillot tricolore en remportant la Coupe du monde. [Kylian Mbappé](#)(4^e), Didier Deschamps(5^e), [Antoine Griezmann](#) (9^e)... Plus de six joueurs de football sont présents dans le top 20 du classement des personnalités les plus médiatisées. En 2018, les sportives de haut niveau ne représentent, elles, que 19% des audiences dans les médias. Mais bonne nouvelle : elles gagnent 6 points par rapport à l'année précédente (13%). Les choses seraient-

elle en train d'évoluer doucement ?

La sphère politique a aussi beaucoup occupé les écrans cette année, avec la médiatisation de 28% de personnalités issue de ce milieu. [Emmanuel Macron](#) (1^e), [Donald Trump](#) (2^e) et Edouard Philippe (3^e) tiennent la tête du top 50. « Les démissions successives des ministres de la Transition écologique et solidaire et de l'Intérieur ont également mobilisé les rédactions : Gérard Collomb prend la 7^{ème} place du classement, devant [Nicolas Hulot](#), 11^{ème} », rappelle Press'edd. Avec [Angela Merkel](#) (12^e), [Marine Le Pen](#) (14^e) ou encore Theresa May (18^e), les politiciennes restent beaucoup moins visibles (35%) que les hommes dans un domaine où elles sont encore moins nombreuses. Pour exemple, en France les femmes ne composent que 32% des élues au Sénat. Concernant l'Assemblée nationale, les femmes sont passées de 26,9% en 2012 à 38,7% en 2017. On mise sur leur plus grande visibilité à la prochaine édition du classement ?

**Press'edd, la 1^{ère} plateforme de presse en format XML/PDF, spécialisé dans la veille d'articles de presse et sur le Web.*

Retour sur ELLE Active Lyon

<https://www.elle.fr/Elle-Active/Actualites/La->

<iframe src="//cdnvideos.elle.fr/playe

Par



À lire également