

Parité dans la tech : tout ne se joue-t-il pas avant l'entrée sur le marché du travail ?

Si la parité est depuis quelque temps sur toutes les lèvres, sa traduction concrète dans le monde professionnel est encore loin d'être acquise.

Si ce sujet en est un, c'est que malgré une prise de conscience incontestable et une place dans le débat public de plus en plus prépondérante, de fortes disparités, y compris dans le monde des startups – en théorie plus avancé sur ces questions – sont toujours visibles. Loin d'être définitif, ce constat ne peut être que le point de départ d'une réflexion générale qui porte l'ambition d'un avenir plus radieux pour la parité en entreprise. En voici quelques pistes, discutées lors de la Maddy Keynote qui a eu lieu le 14 septembre dernier au Ground Control à Paris.

L'éducation, un levier évident

Les chiffres de la parité dans l'emploi ne mentent pas et leur analyse semble sans appel. La deuxième édition du baromètre SISTA x CNum x BCG sur les conditions d'accès au financement des femmes dirigeantes de startups révèle par exemple que la part des équipes féminines ou mixtes ne représentent que 21% des startups françaises créées en 2020, soit 79% d'équipes fondatrices 100% masculines. Autre chiffre marquant, 85% des startups françaises

financées et 90% du volume total de levée de fonds sont l'apanage d'équipes fondatrices 100% masculines.

Pour Sarah Saint-Michel, Maîtresse de conférences à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et autrice de nombreux ouvrages et travaux de recherche sur la parité et le leadership, l'analyse par l'emploi de la progression de la parité arrive déjà trop tard : « *C'est très tôt qu'il faut s'atteler à lutter contre les stéréotypes genrés autour des métiers de la tech. Apprendre aux enfants à coder, quel que soit leur genre, permet par exemple de ne pas laisser s'installer ces stéréotypes.* » Or, justement, c'est dans ses premières années que l'enfant bénéficie de la plus grande plasticité neuronale, comme le précise Amélia Matar, fondatrice de [Colori](#) : « *Entre 0 et 6 ans, l'enfant possède une grande capacité à absorber très fortement son environnement dès lors qu'il y est plongé. C'est par exemple à cet âge-là qu'il apprend parfaitement sa langue dite maternelle* ». L'environnement de l'enfant dans cette tranche d'âge, mais aussi les concepts qui se présentent à lui (dont le rapport au genre) ont de ce fait un impact direct et immense sur sa perception du monde qui l'entoure et de sa propre place dans ce monde.

L'éducation est donc un facteur d'évolution, mais ce rôle ne peut être dévolu à la seule école. Vice-présidente et Directrice Générale France de Salesforce, Emilie Sidiqian évoque d'ailleurs la responsabilité cruciale de l'entreprise pour diversifier les métiers de la tech : « *C'est aussi le rôle de l'entreprise de s'ouvrir à des profils plus variés, de désacraliser ce monde parfois nébuleux. Lorsque l'on fait un mapping des métiers, on se rend compte par exemple que près de 65% des métiers d'une entreprise comme Salesforce sont 'autour de la tech' mais ne nécessitent pas forcément de profils tech. Parler de ces métiers-là, c'est parler de diversité, ouvrir les portes du monde de la tech à d'autres profils, dont les jeunes filles* ». D'où l'importance de la pédagogie pour faire naître des vocations, créer des parcours, donner des exemples. Si la parité passe nécessairement par une meilleure connaissance du sujet et des biais de lecture propres à chacun et chacune d'entre nous, elle arrive également avec la remise en cause de certaines idées reçues tenaces dans le monde de l'entreprise.

De la nécessité de ne pas remplacer un stéréotype par un autre stéréotype

Existe-t-il un leadership féminin ? Sarah Saint-Michel tord d'emblée le cou à cette idée reçue : « *On a souvent entendu parler du leadership au féminin. Les femmes auraient des qualités naturelles de bienveillance, de sympathie, de douceur. Ce que les études scientifiques soulignent, c'est qu'il n'y a pas de différence en matière de leadership* ». C'est en réalité le modèle du management viril, directif, autoritaire dans son ensemble qui est remis en

cause dans l'entreprise d'aujourd'hui, poursuit Sarah Saint-Michel : « *Les leviers de motivation ont changé. On attend désormais d'un manager qu'il soit inspirant, qu'il ait une vision, qu'il soit facilitateur* ». Une transition déjà opérée dans les équipes de Salesforce d'après Emilie Sidiqian : « *Salesforce a gardé son esprit startup. Nous sommes dans un modèle de management très horizontal, qui valorise l'autogestion et la complémentarité. Cela nécessite donc une très grande diversité de compétences et de profils. L'efficacité de cette organisation s'est d'ailleurs grandement révélée pendant la crise sanitaire. La résilience est venue des équipes, des hommes et des femmes qui les composent, plus que de la structure elle-même* ».

Les entreprises ont néanmoins des outils réels et efficaces pour créer un contexte favorable à une plus grande parité. La parentalité est par exemple un des sujets les plus inégaux dans le rapport du collaborateur ou de la collaboratrice à son entreprise. Mais en appliquant des mesures équitables à un contexte qui ne l'est pas, l'entreprise peut très bien pallier ce déséquilibre. Salesforce a mis en place un congé parental d'au moins 3 mois, pour les hommes comme pour les femmes, et qui peut aller jusqu'à 6 mois pour l'un des deux parents. « *Cette possibilité rééquilibre de fait le rapport à la parentalité. Dans le recrutement par exemple, nos équipes ne se posent plus la question de la possibilité de parentalité exclusivement pour une femme, puisqu'un homme aura le droit aux mêmes congés* », détaille Emilie Sidiqian.

Une manière de dire que c'est aussi par la fin du mythe de la femme dévouée à sa famille et de l'homme dévoué à son travail que passera la véritable parité, comme le complète Amélia Matar : « *Il est nécessaire de faire émerger et de valoriser des modèles masculins qui embrassent l'épanouissement par le travail et la famille* ».

Retrouvez cette table ronde en intégralité :

Maddyness, partenaire média de Salesforce.

Article écrit par MADDYNESS, AVEC SALESFORCE