



Accenture

118, avenue de France – 75 013 Paris

Téléphone : +33 (0) 1 53 23 55 55 - Télécopieur : +33 (0) 1 53 23 53 23

Communiqué de presse

Contact presse :

Frédérique Hagege-Ubaldi

33 1 56 52 59 46

33 6 18 34 55 69

f.hagege-ubaldi@accenture.com

Selon les cadres dirigeantes interrogées par Accenture, être une femme constitue encore la principale barrière à la promotion professionnelle

Une étude a été menée par **Accenture** auprès de 2246 cadres dirigeants dans plus de 13 pays, dont la France.

PARIS, le 8 mars 2007

Accenture célèbre la journée internationale de la femme à travers des événements dans lesquels on attend plus de 6000 participants dans plus de 23 villes. Accenture animera des discussions entre dirigeants d'entreprises, leaders d'opinion de renom tels que des membres de gouvernements ou des personnalités du monde économique, ainsi que des universitaires et des auteurs.

L'objectif de cette enquête est d'établir quels sont les critères qui favorisent ou qui, au contraire, constituent des barrières à la promotion professionnelle. L'enquête est divisée en 3 thèmes : réussite professionnelle, équilibre vie privée/vie professionnelle, leadership.

La réussite professionnelle

Le rapport dévoile que dans certains pays (en Asie, Amérique du Nord et certains pays d'Europe), les cadres dirigeants estiment que leur statut de femme a eu un poids déterminant dans l'évolution de leur parcours professionnel. Selon les françaises, le critère du sexe est classé premier facteur d'obstacle à leur réussite. En revanche, les hommes le classent en 10^{ème} position (parmi les derniers facteurs), derrière les facteurs de chance ou économiques. On remarque que les femmes ont des attentes moins ambitieuses que les hommes en matière de réussite professionnelle.

Plus particulièrement, l'enquête révèle que femmes et hommes estiment avoir progressé professionnellement selon le rythme qu'ils avaient estimé – ou plus vite qu'ils avaient estimé – en début de carrière (Résultat en France : 74% des femmes contre 78% des hommes). Cependant, des différences selon le sexe existent en ce qui concerne l'estimation de la marge de progression par rapport aux collègues hommes ou femmes. Une majorité d'hommes (55%) et de femmes (57%) affirme avoir progressé plus vite que leurs collègues femmes. En Chine, cette affirmation est particulièrement élevée (78% de femmes et 90% d'hommes). En revanche, à l'échelle mondiale, seulement 37% des femmes estiment avoir progressé plus vite que leurs collègues masculins. En France et en Suède, la proportion s'élève respectivement à 44% et 42 %, alors qu'en Allemagne et en Australie elle est beaucoup plus faible (respectivement 15% et 14%).

Equilibre vie privée/vie professionnelle

Les résultats de l'étude montrent que, globalement, le poids de l'équilibre vie familiale/vie professionnelle est plus lourd à porter pour les femmes, qui se sentent plus sous pression que les hommes pour réussir à

concilier les deux. Ce sont les françaises qui disent avoir le plus de mal à réussir à combiner vie professionnelle et vie familiale (66%).

Alors que moins d'un tiers des personnes interrogées (30% des hommes et 29% des femmes) affirment « vivre uniquement pour leur travail », la majorité des femmes disent, sur l'échelle mondiale, devoir sacrifier leur vie privée davantage que ce qu'elles auraient pu imaginer en début de carrière. En France, le décalage entre la vision que se faisaient les femmes de leur vie professionnelle et la réalité est important (15 points de décalage).

Les nouvelles technologies ne sont pas toujours perçues comme un moyen de faciliter l'équilibre vie professionnelle/vie familiale. En Chine et au Canada, les nouvelles technologies sont même vécues comme des pièges par les femmes (respectivement 52% et 45%). En revanche, 6 françaises sur 10 estiment que les nouvelles technologies facilitent la gestion de leur travail. C'est plus qu'en Suède (42%) et en Hollande (37%), mais moins qu'en Italie (74%) et en Chine (78%).

Leadership

Selon l'étude, tous les hommes et femmes interrogés dans les différents pays, dont la France, s'accordent très clairement sur les caractéristiques qui définissent un bon leader. A l'échelle mondiale, les 5 qualités jugées les plus importantes sont les suivantes : « l'aptitude à rester calme en période de crise » ; « la capacité à prendre des décisions » ; « être conscient de ses faiblesses » ; « faire confiance aux autres » ; « être soucieux du bien être de ses employés ». En France, la « capacité à faire confiance aux autres » est jugée moins importante que la capacité à être « visionnaire ».

Cependant, environ la moitié des femmes et des hommes interrogés identifie, au même titre que les français, certains traits de caractère jugés propres aux femmes et aux hommes. Par exemple, tous attribuent aux femmes les qualités d'humanité nécessaires à un leader, telles que « la conscience de ses propres faiblesses » ou « le souci du bien être de ses employés ». Les hommes, quant à eux, sont dits davantage capables de « prendre des décisions » ou davantage autoritaire. A l'échelle mondiale, les hommes sont considérés comme étant plus visionnaires que les femmes, alors qu'en France, les femmes s'estiment plus visionnaires que les hommes.

A propos de l'enquête

Accenture a mené cette enquête en ligne auprès de 2246 cadres dirigeants de tous niveaux de management, du manager à l'associé. Les interrogés sont composés de 62% de femmes et de 38% des hommes. L'enquête s'est déroulée dans 13 pays : Autriche, Canada, Chine, France, Allemagne, Italie, Japon, Hollande, Norvège, Suède, Suisse, la Grande Bretagne et les Etats-Unis. Elle a eu lieu entre janvier et février 2007. En France, 197 interviews ont été réalisées auprès de cadres dirigeants de moyennes et grosses entreprises.

A propos d'Accenture

Entreprise internationale de conseil en management, technologies de l'information et externalisation, Accenture conçoit et met en oeuvre des solutions innovantes pour aider ses clients, entreprises et administrations, à accroître leur performance. Fort de son expertise sectorielle, de sa connaissance approfondie des processus et de ses ressources à l'échelle mondiale, Accenture a la capacité de mobiliser les équipes, compétences et technologies les plus appropriées pour aider chacun de ses clients à atteindre l'excellence. Avec plus de 146 000 collaborateurs dans 49 pays, Accenture a généré un chiffre d'affaires de 16,65 milliards de dollars au cours de l'année fiscale clôturée le 31 août 2006. Site Internet:

www.accenture.com/fr

Pour plus d'informations ou pour consulter l'enquête en intégralité : www.accenture.com/fr