



GRAND PRIX ESSEC COMMERCE RESPONSABLE 2018

DOSSIER DE CANDIDATURE Ressources humaines

- Tous les champs sont à renseigner.
- Date limite de renvoi des dossiers complétés : 11 octobre 2017, par mail à l'adresse GPrixRSE-chaireGC@essec.edu
- Les dossiers seront appréciés selon 4 critères : caractère innovant de la démarche - déploiement – impact et résultats – Vision.

Nom de l'initiative : Lutter contre le sexisme avec le Réseau C avec elles

Nom entreprise (et logo) : Casino



Personne en charge du dossier : Cécile Moscatello, Présidente du Réseau et Matthieu Riché, Directeur de la RSE

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative :

2/ Pitch (résumé en 10 lignes max du projet)

Cette description pourra être reprise sur des supports de communication visant à présenter les différents projets.

Comment favoriser l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes du groupe Casino ?

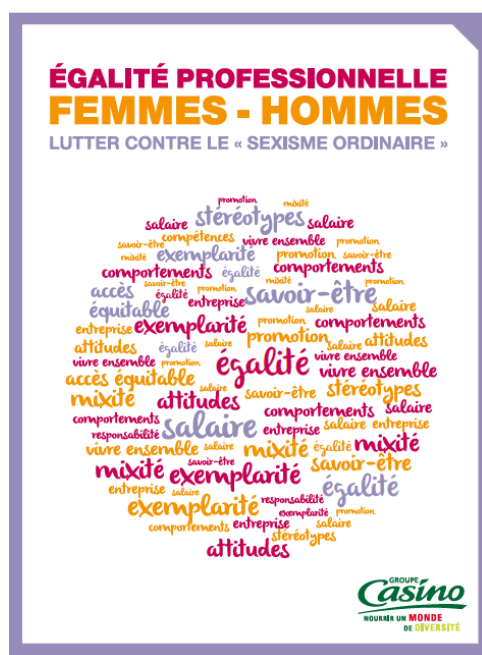
Comment accompagner les femmes dans leur évolution de carrière et les aider à se développer personnellement ?

En mobilisant les femmes pour qu'elles soient, elles-mêmes, actrices du changement !

Dans un monde décrit comme Volatile, Incertain Complexe et Ambigu, briser le plafond de verre nécessite que les femmes soient actrices et moteurs des politiques en faveur de l'égalité femmes – hommes.

Le Réseau C avec elles, sponsorisé par Tina Schuler, membre du Comité Exécutif et directrice générale des enseignes Supermarchés Casino et Géant Casino, a pour mission de favoriser l'égalité professionnelle Femmes-Hommes pour encourager la mixité, accroître la représentativité des femmes à tous les niveaux de l'organisation et promouvoir la progression professionnelle des femmes cadres.

Le Réseau a décidé de s'attaquer de façon volontariste au sexisme ordinaire, véritable frein à l'égalité professionnelle en concevant un guide de sensibilisation sur le sexisme ordinaire qui précise les attitudes managériales attendues.



PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1 - Caractère innovant

3/ Caractère rupturiste/ innovant du projet :

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà ou est-elle en avance par rapport :

- o Aux pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- o Aux pratiques existantes dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- o Aux contraintes légales ou réglementaires ?

Le sexisme ordinaire en entreprise est un enjeu qui est très peu pris en compte par les entreprises ; Pourtant les clichés sexistes et les comportements sexistes portent atteintes au développement professionnel des femmes. En France, 80 % des femmes salariées estiment qu'elles sont régulièrement confrontées à des attitudes ou des comportements sexistes dans le monde du travail selon Enquête du Conseil supérieur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes LH2 réalisée auprès de 15 000 salariées en décembre 2013.

En effet, le problème avec les stéréotypes entre femmes et hommes réside dans leur pouvoir normatif : ils définissent le rôle de ce que chacun.e est, ce qu'il ou elle doit être et aussi ce qu'il ou elle ne doit pas être. Par ailleurs, les stéréotypes de genre présentent une particularité unique : certaines caractéristiques négatives sur les femmes deviennent positives sur les hommes et inversement.

Ainsi, les stéréotypes attribuent à l'homme des qualités dites « instrumentales » : force, indépendance, capacité de prise de décision, ambition... et aux femmes des qualités relationnelles : empathie, sensibilité... Des aptitudes que l'autre sexe ne peut bien évidemment avoir en aucun cas : pas de sensibilité chez un homme, pas de prise de décision chez une femme !

Bien entendu, et souvent de manière inconsciente, un tel système de pensée ne fonctionne que parce que les deux parties « jouent » le jeu. Selon un processus complexe, femmes et hommes entretiennent ces stéréotypes en adoptant et en maintenant les rôles qui leur sont dévolus.

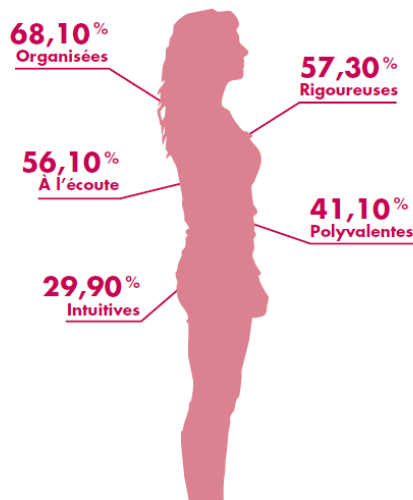
Ces stéréotypes se retrouvent dans l'entreprise, et ils ne sont pas sans conséquences. Le rôle de leader est ainsi naturellement corrélé aux « vertus » masculines. Dès lors, non seulement le leadership ne serait pas fait pour les femmes, telle que la société définit leur rôle stéréotypé, mais il leur serait de plus interdit d'endosser un tel rôle !

Il en résulte que :

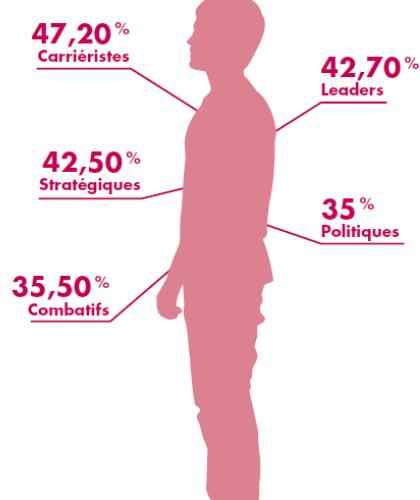
- Les rôles sont stéréotypés, et les femmes catégorisées comme étant inférieures aux hommes.
- Les femmes s'autocensurent, tiraillées entre leur groupe d'appartenance et l'environnement managérial des entreprises dont les attentes sont stéréotypées de façon typiquement masculine.
- Des femmes occupant des postes à haute responsabilité adoptent les codes stéréotypés du masculin (attitudes corporelles, verbales...) dans leur comportement pour ne pas être exclues. De plus, dès qu'elles accèdent à des fonctions importantes dans l'entreprise, elles sont d'emblée perçues comme plus masculines. Leur contrainte est double : se conformer au modèle masculin tout en continuant à démontrer leur féminité.

LES CROYANCES

Les femmes sont ...



Les hommes sont ...



Lutter contre le sexisme ordinaire à tous les niveaux est donc une condition indispensable à la réussite des politiques d'égalité professionnelle.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

4/ Qui a initié le projet (département, fonction) - Responsable de la mise en œuvre ?

Ce projet a été initié par le Réseau C avec Elles et la Direction des Ressources Humaines du Groupe, avec le sponsoring de Tina Schuler, Directrice générale de Casino Supermarchés, et de Géant Casino suite aux constats évoqués ci-dessus.

5/ Stratégie de déploiement de l'initiative :

- o Quelles ont été les étapes et dates clés de la mise en place ?
- o Quelle est l'ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de sites, de produits concernés etc.) ?
- o Comment avez-vous appréhendé et géré les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative (investissement requis)?

Afin de lutter contre le sexisme, il a été décidé de
-réaliser une enquête interne auprès des collaborateurs.trices du groupe afin de connaître leurs perceptions de cet enjeu et de mieux comprendre les réalités du terrain.

L'ENQUÊTE AU SEIN DU GROUPE CASINO

Pour comprendre le sujet du sexisme au plus près de ses réalités opérationnelles, nous avons mené une enquête de terrain. 774 collaborateurs représentatifs de tous les sites et métiers ont été interrogés.e.s.

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS

46,8 %

pensent qu'il est plus difficile de devenir un cadre dirigeant quand on est une femme. Les femmes sont plus de la moitié à le penser.

41 %

estiment qu'à compétences égales, les hommes sont mieux payés que les femmes. Elles sont deux fois plus nombreuses à le penser que les hommes (52,9% vs 22,6%).

46,3 %

des participants estiment que les femmes ont un accès équitable à la promotion interne et 42,6 % estiment qu'elles sont autant sollicitées que les hommes pour les décisions importantes.

16,5 %

pensent qu'être un homme ou une femme est un critère important de recrutement.

Puis un groupe de travail (comprenant des opérationnels, des responsables Diversité et des membres du réseau C avec elles) a été mis en place.

Sur la base de cette enquête, du groupe de travail et des études disponibles, un guide « Lutter contre le sexisme ordinaire » a été réalisé dont l'objectif est de faire mieux comprendre les enjeux du sexisme en entreprise, les stéréotypes véhiculés, et de préciser les attitudes managériales attendues par le Groupe, notamment face à des comportements ou des propos sexistes.



Le guide et son plan de déploiement ont été présentés en Conseil d'administration puis en Comité Exécutif Groupe.

Journée de formation des Responsables Ressources humaines dans nos filiales et enseignes.

Puis un plan de communication et de diffusion du Guide a été mis en place à destination des managers et collaborateurs.trice.s: plus de 11 000 guides ont été mis à disposition dans les magasins, entrepôts et les sites administratifs (sièges), avec à l'appui une campagne d'affichage.

6/ Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative :

- o Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour mobiliser et former les collaborateurs impliqués dans le projet ?
- o De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

Comme évoqué, ce guide a été très largement diffusé et promu sur les lieux de travail avec des événements organisés pour sa diffusion. Cette démarche s'inscrit systématiquement dans les actions mises en place par le Réseau :

- Ateliers de développement personnel dédiés à la lutte contre le sexisme animés par une coach certifiée (décrypter et savoir réagir en tant que victime ou témoin, connaître les recours au sein du groupe, ...).
- Ateliers de speednetworking et de moments convivialité (afterword, petits dejeuners, conférences inspirantes...)
- Organisation de la Fabrique, une journée entièrement dédiée à l'égalité hommes-femmes sur le thème de la lutte contre le sexisme avec l'intervention de Brigitte Grésy
- Accompagnement de cadres femmes par des dirigeants grâce à un programme de mentoring
- Outils de communication : blogs, newsletter trimestrielle, groupe linkedin...



LA NEWSLETTER

SPECIAL 8 MARS



LE 28 OCTOBRE 2015 - PARIS - AUDITORIUM, 148 RUE DE L'UNIVERSITÉ



HÉ ! DITES HAUT...



**DITES NON AUX
CLICHÉS SEXISTES**

Nous avons beau avoir fêté ses 40 ans cette année, la journée du 8 mars reste encore trop souvent relayée au rang de célébration de la femme. En effet, cette journée est souvent parasitée par des initiatives maladroites voulant mettre en lumière la femme et sa féminité, glissant parfois vers des clichés sexistes et stéréotypes féminins.

Rappelons que le 8 mars est bien la Journée des droits des femmes, une journée de manifestations, réunions, initiatives de toutes sortes pour rappeler le chemin parcouru et celui qu'il nous reste à faire pour l'égalité des sexes.

**DITES OUI AUX
BELLES INITIATIVES**

Et justement, le Réseau C'avec Elles s'attache à travailler quotidiennement à ce combat. Avec pour leitmotiv principal l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. C'avec Elles prône la mixité du Groupe. Le réseau compte plus de 750 membres à son actif, tous femmes et hommes cadres du groupe Casino.

Formation, ateliers de développement, moments de convivialité ou encore networking, C'avec Elles offre à ses membres sur chacun des sites du Groupe un éventail de propositions pour encourager les parcours au féminin au sein du Groupe Casino.

Dans tous ces dispositifs le sexisme est abordé, et est devenue le fil rouge de l'action du Réseau.

7/ Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet

Notre partenaire « Les entreprises pour la cité » nous a accompagnés tout au long du projet : pilotage de l'étude de perception interne, élaboration du guide et conception de la formation à destination des responsables ressources humaines et diversité.

8/ Comment avez-vous impliqué vos clients et les parties prenantes liées au projet ?

Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes – notamment pour faire évoluer leurs comportements – avez vous mises en place autour de ce projet (supports, moyens, budgets etc.) ? Joindre un exemple de communication.

Nous avons promu cette démarche à l'extérieur de l'entreprise, notamment auprès des autres réseaux de femmes mais aussi des pouvoirs publics. Le guide est en effet mis à disposition des entreprises qui le souhaitent.

A titre d'exemple, notre filiale Cdiscount basée à Bordeaux a organisé un atelier de déploiement du guide le 22 septembre dernier à destination des collaboratrices, atelier auquel la Secrétaire d'Etat Marlène Schiappa a assisté. Elle a ainsi pris connaissance de notre action contre le sexisme et a publiquement encouragé d'autres entreprises à s'en inspirer.

Critère 3 - Impact et résultats

9/ Résultats quantitatifs et économiques de cette initiative

- o Indicateurs clés
- o Evolution et chiffres bruts (départ/ à date/ évolution).

Le guide « Egalité professionnelle Femmes – Hommes, Lutter contre le sexisme ordinaire » a été diffusé à 11 000 exemplaires dans l'entreprise, à tous les managers et mis à disposition des collaborateurs.trices du Groupe. Il est également disponible sur les intranets des entités du Groupe.

Pour leur année de lancement, les ateliers sexisme ordinaire ont réuni 80 participants répartis sur 6 ateliers. Ces actions ont permis aux collaborateurs et collaboratrices de mieux appréhender l'impact du sexisme tant dans leur vie personnelle que professionnelle.

Les ateliers ont permis de partager des trucs et astuces afin d'identifier et d'affronter le sexisme ordinaire au quotidien. Lutter contre les stéréotypes et renforcer l'égalité professionnelle, c'est aussi créer des conditions pour que les collaborateurs, hommes et femmes, puissent mieux articuler vie professionnelle et responsabilités familiales et vivre pleinement leur parentalité.

Le réseau organise chaque année plus de 40 événements locaux : ateliers de formation, conférences, afterwork ou speednetworking. L'événement national, la Fabrique, a réuni 60 participants conviés pendant une journée à participer à des conférences et des formations.

Grâce au programme de mentoring mis en œuvre depuis 2015, plus de 90 binômes ont été formés ces trois dernières années : mentees volontaires membres du réseau C'avec Elles et mentors volontaires, hommes et femmes cadres dirigeant(e)s du Groupe ou managers expérimentés.

L'ouverture sur l'extérieur et la rencontre avec d'autres réseaux féminin a permis à C'avec Elles d'acquérir de la visibilité et de la crédibilité. Cette année le réseau a reçu plusieurs récompenses :

- Le trophée de LSA de la Diversité et de la RSE dans la catégorie parité

- L'award de la mixité par l'AME
- Le prix No More Clichés de Communication & Entreprise, remis par la Secrétaire d'Etat aux droits des femmes, Laurence ROSSIGNOL.

Cette démarche s'inscrit dans le cadre de la politique égalité femmes – hommes mises en place par le groupe. Le groupe Casino est doté d'outils « scorecards » afin de suivre la progression des carrières des femmes et de garantir l'équité de traitement. Chaque année, nous renouvelons des objectifs afin d'améliorer l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes. Cette année, nous avons fixé comme objectif :

- 30% de femmes en Codir en France d'ici 2018
- 38% de femmes cadres d'ici 2020

10/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires etc.) ?

Donnez des exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative, reconnaissances obtenues.

Nous avons reçu plusieurs demandes d'entreprises pour comprendre notre démarche et recevoir ce guide. Plusieurs articles de presse ont couvert cette démarche qui a été saluée par Mme Schiappa.

11/ Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- o En interne (comportements, méthode de travail, perception du changement etc.) ?
- o En externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires etc., envers l'environnement, la société ?

Bien qu'il soit difficile de mesurer objectivement le nombre de comportements et de propos sexistes, cette démarche libère la parole, crée un cadre inclusif et pose des gardes fous à des propos et comportements déplacés et sexistes. Elle a permis d'affirmer à tous les niveaux de l'organisation les engagements du Groupe et la détermination à combattre et à condamner les agissements sexistes.

12/ Le projet a-t-il été rentable pour votre entreprise, ou a-t-il présenté un intérêt économique en plus de la création de valeur RSE ? (Donnez des résultats quantitatifs)

De nombreuses études démontrent que des entreprises avec une mixité à tous les niveaux de l'entreprise ont plus performantes.

Critère 4 - Vision

13/ Quel est l'objectif à court/ moyen/ long terme de votre projet ? (Donnez des indicateurs qualitatifs et quantitatifs)

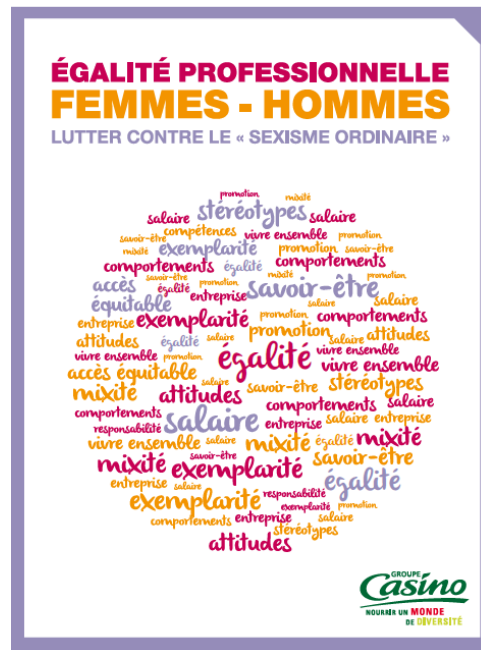
En 2017, le Réseau poursuit le chantier en s'attaquant cette fois-ci à la communication sexiste. Plusieurs ateliers de sensibilisation aux stéréotypes en marketing et communication sont proposés aux marketeurs et communicants du groupe Casino. Les deux premiers modules pilotes de sensibilisation contre les stéréotypes en marketing et communication a réuni une trentaine de participants. Le module va être décliné dès les mois prochains sur tous les sites du Groupe.

14/ En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait-elle évoluer ?

L'égalité professionnelle est l'un des 6 objectifs stratégiques définis par le groupe.

Annexes (2 fichiers max)

Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaiteriez apporter au jury ?



Autorisation de publication des dossiers de candidature

Les participants autorisent l'Organisateur à rendre public leur dossier de candidature, et ce uniquement à des fins pédagogiques et de communication.

Cette autorisation est accordée à la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC, sans frais, pour une durée limitée de deux ans à compter de la remise des prix.

La participation au Grand Prix ESSEC du Commerce Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours. Règlement à télécharger sur le site www.grandprix-distributionresponsable.com

Le dossier de candidature complété est à retourner par mail à : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de renvoi des dossiers : 11 octobre 2017

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet <http://grandprix-distributionresponsable.com/>, ou nous contacter GPrixRSE-chaireGC@essec.edu