

# DELOITTE VEUT DAVANTAGE DE FEMMES DANS LES SALLES DE DIRECTION

Chez Deloitte Belgique, un peu plus d'un associé sur dix (13%) est une femme. L'organisation a donc mis sur pied un plan d'action destiné à favoriser la promotion de ses collaboratrices. Objectif: atteindre une femme sur cinq associés en 2023, et une sur trois en 2030. "Nous offrons autant d'opportunités aux femmes qu'aux hommes: cela doit être clair dès le premier jour", résume son CEO, Piet Vandendriessche.



« Il s'agit d'objectifs chiffrés », assure le CEO. « Nous les avons communiqués en interne et en externe, et nous mettrons tout en œuvre pour les respecter. Mais nous n'allons pas instaurer de quotas, car nous ne pouvons ignorer les autres facteurs. Ainsi, nous continuerons à privilégier le principe du 'bon candidat au bon poste' ». Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à quitter l'entreprise en pleine ascension vers le sommet de l'organisation, reconnaît le CEO. « Parmi nos recrues, les hommes et les femmes sont à peu près aussi nombreux. Puis des barrières surgissent, comme l'idée qu'il est impossible de combiner vie de famille et carrière professionnelle. Nous désirons dissiper ce malentendu au moyen d'un plan d'action. »

Il arrive par ailleurs que des préjugés inconscients freinent des carrières. « Nous sommes en train d'éliminer ces 'unconscious bias'. À des moments-clés de la vie, par exemple lorsque la famille s'agrandit, nous préférons discuter de la carrière à long terme. »

« Les entretiens avec les collaborateurs nous offrent aussi la possibilité de capter des signaux de comportements machistes déplacés et des expressions misogynes. Il va de soi qu'ils sont inacceptables. Y compris de la part du client, d'ailleurs. Et ce, quelle que soit son importance. »

Chez Deloitte, des personnes de confiance sont à l'écoute des collaborateurs. Et si la situation l'exige, des mesures sont prises. « Nous coachons tous nos managers afin qu'ils soient capables d'identifier, chez eux-mêmes, les préjugés négatifs et les perceptions fausses. Tout changement débute par une prise de conscience. Nous créons un environnement où chacun a les mêmes opportunités, où les collaborateurs sont appréciés et où l'équilibre entre ambitions professionnelle et personnelle est évident. »

## PLUS DE FLEXIBILITÉ

La flexibilité constitue l'un des piliers de ce plan d'action. « Ici, les femmes travaillent autant que les hommes », souligne encore Piet Vandendriessche. « Nous veillons à ce qu'il soit possible de concilier travail et vie familiale. Des dispositions sont prises concernant le travail à domicile et les horaires flexibles en concertation avec le client, le coach et l'équipe. Et les collaborateurs ont droit à des jours de vacances supplémentaires. »

**“QUELLE QUE SOIT L'IMPORTANCE DU CLIENT,  
UN COMPORTEMENT MACHISTE NE PASSE PLUS.”**

Le plan d'action prévoit également une augmentation de la proportion de femmes au sein des organes de direction. Et les résultats sont analysés dans le détail chaque trimestre.

L'inclusion commence dès le recrutement. « Toutes nos descriptions de poste sont neutres du point de vue du genre, et nous



**“COMMENT POURRAIS-JE EXPLIQUER  
À MES TROIS FILLES QU’ELLES AURONT  
MOINS DE CHANCES QUE DES GARÇONS?”**

Piet Vandendriessche, CEO de Deloitte Belgique

## Deloitte se colore de vert

Deloitte Belgique entend réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> d'un quart à l'horizon 2021. Le nouveau siège de Zaventem consomme 40% d'énergie de moins que l'ancien bâtiment.

“Ce sont néanmoins les voitures de société qui s'adjugent la plus grande part de nos émissions de CO<sub>2</sub>”, pointe le CEO. “C'est pourquoi nous écologisons notre parc automobile et mettons tout en œuvre pour réduire les distances parcourues en voiture.”

Deloitte demande à ses collaborateurs de réduire de 10% le kilométrage parcouru avec leur voiture de société. “Ce n'est pas toujours simple pour les consultants, mais en faisant la promotion du covoiturage, des transports en commun, du vélo, des voitures partagées et du travail flexible – à domicile ou dans d'autres bureaux – nous sommes sur la bonne voie.

**Nous ne sommes pas pour ou contre la voiture; nous voulons surtout que nos collaborateurs réfléchissent aux moyens de transport qui sont les plus efficaces, et les proposer de la façon la plus accessible qui soit, via un plan de mobilité. Depuis le lancement de ce plan l'an dernier, près de la moitié de nos collaborateurs ont modifié leur mobilité. Un tournant a clairement été amorcé.”**

veillons à pouvoir 35% de postes vacants pour jeunes diplômés par des candidates dans les profils techniques. Pour les autres fonctions, nous misons sur 50%.” Deloitte recrute plus de 500 jeunes diplômés par an. L'ambition de faire progresser davantage de femmes trouve en partie son origine dans l'intensification de la pression sociale. “Cette pression existe, y compris chez Deloitte Global”, reconnaît Piet Vandendriessche. “Mais quoi qu'il arrive, c'est l'aspect humain qui prime. Comment pourrais-je expliquer à mes trois filles qu'elles auront moins de chances que des garçons? Les femmes apportent d'ailleurs un regard différent de celui des hommes, ce qui est sain. Je le remarque chaque jour

au sein de mon comité de direction, qui compte trois femmes sur onze membres: travailler avec des gens d'origine et de mode de pensée différents se traduit par des idées innovantes qui, en retour, nous permettent de mieux aider nos clients dans les questions actuelles complexes.”

Deloitte a adopté une vision très étendue de la diversité. “Cela rend notre approche très large et variée. Nous incluons les LGBTI+ dans ce projet, et nous recrutons davantage de profils STIM (sciences, technologie, ingénierie, mathématiques). Cela ne favorise pas notre ambition d'avoir plus de femmes dans l'organisation, bien entendu. Car les professionnels STIM féminins sont très rares.”