

Face aux clichés, Accenture sort le grand jeu

Par Coralie Garandeau - le 24 octobre 2016



Paris (XIIIe), le 20 octobre. Chez Accenture, un jeu en réalité virtuelle permet aux managers de repérer et faire la chasse aux stéréotypes en entreprise. LP/OLIVIER CORSAN

ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES. Le groupe français de conseil propose à ses managers un jeu en réalité virtuelle pour se mettre dans la peau d'un collègue du sexe opposé. Objectif : lutter contre les stéréotypes.

À la cafétéria, vous discutez avec un collègue. Il lâche : « Elle est adorable cette Emma. Mais pour ce poste il faut envoyer du lourd, et là, elle manque de charisme. » Que répondez-vous ? « Tu vas loin, c'est pas une tare d'être gentille » ou « C'est pas une vraie gentille tu sais, une main de fer dans un gant de velours. » La discussion s'anime : « Avoue, elle n'osera jamais prendre tête dans un conflit ! Et ce métier, c'est la guerre ! »

Cette conversation pourrait être réelle, mais elle ne l'est pas. Le groupe de conseil Accenture propose à ses cadres dirigeants d'y participer... en réalité virtuelle. Pour cela, il faut enfiler des écouteurs et un masque. Le but : se mettre dans la peau d'un homme ou d'une femme pour débusquer les stéréotypes. « Ce programme est destiné à vous faire vivre la vie d'un autre, dans le but de développer l'empathie dans le travail », explique Céline Laurenceau, directrice de la gestion des talents qui a piloté l'expérience avec Manzalab, une PME spécialiste de la simulation. En fin de « partie », le joueur est soit récompensé — « vous déjouez les stéréotypes et démontrez que mixité et égalité ne sont pas incompatibles, bravo » —, soit blâmé — « vous avez tendance à véhiculer des clichés. n'oubliez pas que mixité et respect mutuel sont importants ».

Le groupe Accenture, qui compte 380 000 collaborateurs à travers le monde, est en pointe sur le sujet de l'égalité hommes-femmes. « Ça fait plus de dix ans qu'on a lancé Accent sur elles, un programme pour faire monter les femmes dans la hiérarchie », avance Céline Laurenceau. Selon elle, le groupe aurait réussi à aligner ses rémunérations au même niveau entre les sexes. Pourquoi lancer un tel programme alors ? « Il reste des clichés quand on parle de la promotion des femmes. Et nous avons à disposition un outil technologique. »

Quelques surprises

Plusieurs stéréotypes liés à la place des femmes dans la hiérarchie ont été identifiés avec les ressources humaines, comme « l'écoute et l'empathie ne sont pas des qualités de leader » ou l'équation impossible « femme, mère et manager ». En septembre, 210 « leaders » d'Accenture France tenaient leur réunion annuelle d'état des lieux de leurs effectifs. Ils se sont vu proposer un casque pour se prêter au jeu. Pour quel résultat ? Accenture ne communique pas encore l'avancée des promotions décidées. Pour Céline Laurenceau, c'est surtout « un outil de sensibilisation ». Mais il déclenche la surprise. « Je suis une femme formidable ! » se vantent quelques managers. Et permet de constater qu'« il y a autant de clichés chez les hommes que chez les femmes ».