



“ NOUS APPORTONS UNE RÉELLE PLUS-VALUE ”

A l'occasion de la journée internationale de la femme, le 8 mars prochain, ESE donne la parole à **Isabelle Hebert**, présidente de Parité Assurance (et également Directrice stratégie, digital, marketing et relation client chez AG2R). Elle nous dresse un état des lieux sur les progrès constatés en matière de représentation des femmes dans les plus hautes instances du secteur.

Constatez-vous des progrès en matière dans la représentation des femmes dans les instances dirigeantes au sein du secteur l'assurance au cours de ces dernières années ?

Visuellement, la situation s'améliore un peu. On constate des progrès au niveau des équipes de management ainsi que dans les comités de direction. Là où des marges de progrès existent, et sont attendues, ce sont au niveau des Comex. Mais ces choses-là prennent du temps même si l'application de règles de parité se généralise progressivement. L'important, il me semble, est de trouver un juste équilibre, car il nous faut à tout prix éviter un effet de parachutage qui en fin de compte risquerait d'être plus contre-productif qu'autre chose. Par ailleurs, je pense qu'il serait également utile de se pencher sur la question des trajectoires de carrière. Par exemple, il m'apparaît essentiel d'entamer une véritable réflexion sur la place des femmes dans les différents cursus de formation préparant aux différents métiers de l'assurance. Pourquoi trouve-t-on si peu de jeunes filles dans des filières financières ou d'actuariat et data ? Est-ce simplement un problème d'attractivité ? Voyez-vous, au travers de cette simple interrogation se dessine une réflexion de fond sur l'orientation qui me semble indispensable à mener. Ne serait-ce que pour préparer les prochaines générations qui porteront ce secteur.

La digitalisation croissante du monde de ne va-t-elle pas faire définitivement

basculer les postures managériales traditionnelles ?

La période que nous connaissons est en soi fascinante. Elle nous apprend deux choses. D'abord, nous sommes passés en quelques mois d'une situation de relatif sous-emploi du digital à une phase de saturation du fait de l'obligation de travailler à distance. Tout le monde est impacté. J'oserais même dire que les hommes le sont davantage, car ils font désormais face à des problématiques par le télétravail qui leur échappaient un peu. La question de l'importance de maintenir un

“ Il m'apparaît essentiel d'entamer une véritable réflexion sur la place des femmes dans les différents cursus de formation. ”



juste équilibre entre vie privée et professionnelle l'illustre bien. Un sujet qui était jusqu'alors vu que sous un prisme plutôt féminin.

En parallèle se pose aussi la question des modes de management dans ce monde davantage digitalisé. Là-dessus, mon sentiment est que le management féminin correspond tout particulièrement aux exigences imposées par ce nouveau contexte. Nous pouvons apporter une réelle plus-value dans un cadre de travail où des soft skills comme le dynamisme, l'engagement, la créativité et l'autonomie seront des atouts majeurs dans les organisations de demain.

Fort de vos expériences internationales, pensez-vous que la France est un bon élève ?

Nous ne sommes pas en retard, mais cela ne veut toutefois pas dire que nous sommes en avance pour autant ! Regardez les sociétés anglo-saxonnes, elles me semblent avoir un coup d'avance sur nous en la matière. Prenons l'exemple des États-Unis où j'ai eu l'occasion de travailler, on constate que dans de nombreuses grandes entreprises, et notamment dans l'assurance, elles occupent des postes à très hautes responsabilités. C'est principalement le fruit du changement progressif, voire générationnel, des mentalités.

Votre association a-t-elle identifié d'autres leviers pour améliorer la parité dans le milieu de l'assurance ?

Oui, nous pensons qu'il reste des pistes à creuser pour améliorer la représentation et l'épanouissement des femmes au sein dans les instances dirigeantes.

La première idée qui nous semble pertinente serait de nous inspirer et d'apprendre auprès des entrepreneuses du digital. Que ce soit au travers des méthodes qu'elles emploient ou bien des nouvelles philosophies qu'elles distillent, ces personnalités font office de pionnières. Des exemples à suivre donc.

L'autre concept sur lequel nous nous penchons porte sur la création d'une communauté. Nous souhaitons ici faire davantage en tant que collectif que nous ne le faisons actuellement. Cela passe par le développement de moyens d'entraide, de référentiels, d'outils de communications et de services d'accompagnement. Cette logique de soutien aux femmes tout au long de leurs parcours professionnels nous semble indispensable pour continuer à améliorer la situation.

■ Propos recueillis par Alexandre Beau