

<p style="text-align: justify;"> </p> <p />Une étude américaine tend à montrer que la présence des femmes dans les instances dirigeantes d'une entreprise améliore plus que son bilan. Elle est également bonne pour la société civile dans son ensemble. </p> <p> </p> <p style="text-align: justify;">On savait déjà que la présence de femmes en nombre suffisant à des postes décisionnels améliorerait les performances financières d'une entreprise. Plusieurs études avaient déjà décrit ce cercle vertueux. Et voici qu'une nouvelle, en provenance de Catalyst, un institut de recherche spécialisé sur les femmes outre-Atlantique, réalisée avec le concours de la Harvard Business School, tend à montrer que lorsque des femmes sont bien présentes dans les instances dirigeantes des entreprises, celles-ci sont plus "socialement responsables♦. Autrement dit, les avantages que revêt la diversité vont au delà de l'aspect financier, c'est toute la société civile qui en bénéficie. <br style="margin: 0px; padding: 0px; line-height: 10px; color: #000000; font-family: Arial, sans-serif, Geneva; font-size: 13px;" /><br style="margin: 0px; padding: 0px; line-height: 10px; color: #000000; font-family: Arial, sans-serif, Geneva; font-size: 13px;" />Les chercheurs de Catalyst et de la Harvard Business School se sont concentrés d'abord sur les contributions à des oeuvres caritatives, l'une des activités traditionnelles en matière de responsabilité sociale des entreprises américaines. Et ils se sont aperçus que lorsque l'équipe des hauts dirigeants inclut des femmes, la moyenne des montants versés à des organisations qui luttent contre la pauvreté, financent la recherche sur le cancer ou viennent en aide aux sans-abris sont supérieurs à ceux donnés par des sociétés n'ayant aucune femme dans leurs instances dirigeantes. <br style="margin: 0px; padding: 0px; line-height: 10px; color: #000000; font-family: Arial, sans-serif, Geneva; font-size: 13px;" /><br style="margin: 0px; padding: 0px; line-height: 10px;" />Une tendance heureusement lourde <br style="margin: 0px; padding: 0px; line-height: 10px; color: #000000; font-family: Arial, sans-serif, Geneva; font-size: 13px;" /><br style="margin: 0px; padding: 0px; line-height: 10px; color: #000000; font-family: Arial, sans-serif, Geneva; font-size: 13px;" />Certains pourraient penser qu'il s'agit du fruit du hasard. Pour couper court à cet argument, les chercheurs ont donc tenté de traquer une

tendance lourde, et pour cela, ont observé d'autres actions en matière de responsabilité sociale d'entreprises dotées de femmes à des niveaux élevés de responsabilité ou non. Qu'ont-ils remarqué ? Le même phénomène, concernant le souci des entreprises vis à vis de l'environnement, par exemple. Celles qui affichent plus de femmes à des postes élevés sont plus actives.

D'aucuns pourraient encore objecter que des sociétés déjà en pointe en matière de responsabilité sociale attirent, en fait, des femmes en nombre, ou en embauchent plus. Pour ne pas être en reste, les chercheurs se sont donc penchés sur une plus longue période, de 1997 à 2007, et remarqué que les femmes à des niveaux de poste élevés étaient en fait présentes dans l'entreprise avant que celle-ci ne s'intéresse à des activités socialement responsables.

Plus de femmes, plus de qualité

Mieux encore, l'étude tend à illustrer qu'au delà de la quantité d'argent donnée, les activités socialement responsables sont aussi, lorsque des femmes sont décideuses, plus qualitatives. Les stratégies mises en place prennent en général mieux en compte la situation des femmes dans la société, par exemple. Ainsi, Campbell Soup, société rendue célèbre par l'oeuvre de Andy Warhol, tente de reproduire, au sein de ses fournisseurs, la composition de sa base de clientèle, qui comprend de nombreuses femmes. Pour y parvenir, elle fait en sorte que parmi ses fournisseurs, les petites sociétés dirigées par des femmes soient sur un pied d'égalité avec les autres pour travailler avec Campbell Soup. Des programmes aident ainsi ces petites entreprises à accéder à de nouveaux marchés, à trouver du financement et à se développer.

Certes, certains des résultats de l'étude ne s'appuient que sur quelques exemples pour l'instant, et demandent à être confirmés sur une plus longue période, mais c'est déjà un argument supplémentaire que les femmes, et leurs supporters, peuvent utiliser pour militer en faveur de leur promotion dans le monde des affaires.