

JUMP

SOLUTIONS FOR EQUITY AT WORK

Press review 2024



JUMP YOUTUBE CHANNEL

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/C/JUMPFORQUALITY](https://www.youtube.com/c/JumpForeQuality)

Selection of media appearances, webinars and online talks.

DEI and gender equality: Audit your Organisation & Build your Business Case

Isabella Lenarduzzi and Christine Cecil at the Women Equity Conference organised by Careers International

- 18 janvier 2024

<https://youtu.be/hSUFjkKwlc>

Isabella Lenarduzzi: Driving Change

With JUMP Ashoka | FELLOW Interview – 26 avril 2024

https://youtu.be/rVa0TXwd_Rk

Accusations de viols et d'agression sexuelles à l'encontre de Patrick Poivre d'Arvor

Emission « C'est pas fini » sur Viva Cité avec Patrick Weber, Isabella Lenarduzzi intervient sur les accusations de viols et d'agression sexuelles à l'encontre de Patrick Poivre d'Arvor – 03 juin 2024

<https://youtu.be/wZfQSS1TJHY>

Alterechos.be

01.01.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2496545

JUMP
Promoting gender equality, advancing the economy



Alter Echos

Date: **01-01-2024**
Page: **19-21**
Periodicity: **Monthly**
Journalist: **Manon Legrand**

Circulation: **1430**
Audience: **4800**
Size: **1 050 cm²**



LES LIENS DU SANG

Du sang, du labeur et des larmes

Mis en place en Espagne en 2023, le congé menstruel n'existe pas en Belgique. L'idée de permettre aux femmes qui souffrent de règles douloureuses de s'absenter du travail un ou quelques jours par mois ne fait pas l'unanimité, y compris dans les rangs féministes. Le débat encore timide a le mérite de faire exister un sujet encore trop souvent chuchoté entre personnes concernées.

PAR MANON LEGRAND

Deux constats pour commencer, truismes pour certains, *breaking news* pour d'autres. Le premier : des femmes souffrent durant leurs règles. Difficile de quantifier le phénomène. Et encore plus de le qualifier : qu'est-ce que la douleur? Quelles sont les causes et les diverses manifestations des souffrances liées aux règles, qui touchent à l'intime mais aussi au social? Les études manquent – cela vaut pour la santé des femmes en général – mais le poids des témoignages suffit à accorder un « crédit de véracité » aux souffrances des femmes.

Deux : les règles – alors qu'elles concernent presque la moitié de l'humanité en âge d'être menstruée (mis à part les femmes qui sont aménorrhées, qui prennent un contraceptif pour stopper leurs règles) – demeurent un sujet tabou. Si, ces dernières années, les femmes ont mis sur la table la question des injonctions, des représentations et des inégalités liées aux règles, qu'on ne se réjouisse pas trop vite... Le liquide dans les pubs des serviettes hygiéniques était bleu jusqu'à il y a peu; l'année dernière, on s'étonnait

encore de voir une championne de triathlon terminer une course le maillot taché de sang. Ce n'est aussi qu'en juin 2022 que l'OMS a demandé que « la santé menstruelle soit reconnue, encadrée et traitée comme une question de santé et de droits humains, et non comme une question d'hygiène ».

UN SUJET EN RÉFLEXION

Le congé menstruel désigne un ou plusieurs jours de congé pour les femmes qui souffrent de règles douloureuses et d'endométriose. Il a déjà été intégré dans le Code du travail de six pays à travers le monde, dont le Japon, pionnier en 1947. En 2023, l'Espagne devenait le premier pays européen à l'adopter. Le congé (jusqu'à trois jours par mois) y est pris en charge par la Sécurité sociale.

Alors que la lutte contre la précarité menstruelle commence à être prise au sérieux et soutenue en Belgique, la réflexion sur ce congé spécifique n'en est qu'à ses prémices. Juste après le vote espagnol sont apparus quelques articles et questions parlementaires (dans les rangs PS, PTB et Écolo).

Alterechos.be

01.01.204



PRINT MEDIA

JUMP FORUM

Ref: 45707 / NC2496545

JUMP
Promoting gender equality, advancing the economy

- Au cabinet de Pierre-Yves Dermagne (PS), ministre fédéral de l'Économie et du Travail, on nous répond : « Le sujet n'est pas sur la table du gouvernement. Nous sommes en réflexion. Nous attendons un avis des partenaires sociaux qui étudient les systèmes de congé. Nous attendons qu'ils fassent des propositions au gouvernement sur le thème du congé menstruel. » En Wallonie, « le congé menstruel n'a pas fait l'objet d'une demande ni du Conseil wallon de l'égalité entre hommes et femmes ni des syndicats », indique le cabinet de la ministre de la Fonction publique, Valérie De Bue (MR). Du côté des associations féministes, « la réflexion est en cours » au sein de Soralia. « Nous n'avons pas de positionnement ou de travail spécifique sur le congé menstruel. Il y a eu davantage de travail sur la précarité menstruelle », indique-t-on chez Vie féminine.

« Les femmes prennent sur elles, sur leurs congés, pour gérer leurs douleurs et les soins, ce qui met à mal l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle. »

Anissa D'Ortenzio, Soralia

La STIB n'a pas attendu le gouvernement pour mettre en place un congé menstruel, appelé « congé sans solde d'inconfort ». Sans solde « mais assimilé dans le calcul du 13^e mois et des écochèques », nous explique-t-on. « Cela fait au moins 30 ans que la STIB a décidé que les femmes à la conduite peuvent bénéficier de congés pour menstruation afin de faciliter et rendre plus souple la possibilité de s'absenter lors d'une période de menstruation difficile/douloureuse. Depuis 2018, ces congés pour trouble menstruel ont été étendus à l'ensemble des métiers lourds, poursuit la porte-parole Cindy Arents. Les collaboratrices peuvent prendre un maximum de 12 jours civils par an, à raison d'un jour par mois. Concrètement, la collaboratrice qui veut prendre ce type de congé doit prévenir son responsable

sans fournir de justificatif. On constate sur le terrain qu'environ 70% des collaboratrices qui peuvent en bénéficier y ont eu recours (en général, plusieurs fois par an). »

UNE FAUSSE BONNE IDÉE ?

Quand la mesure est passée en Espagne, Isabella Lenarduzzi, fondatrice de l'entreprise sociale Jump dont le combat porte sur l'égalité des femmes et des hommes dans le monde du travail, a vu rouge. Dans *L'Écho* (10 mai 2023), elle s'interroge sur « la fausse bonne idée des congés menstruels ». « Si la reconnaissance de la douleur des femmes constitue une avancée, il y a un risque de stigmatisation, et donc potentiellement de la discrimination dans le monde de l'entreprise », écrit-elle. Et d'argumenter que « la nature des femmes a toujours été utilisée comme arguments pour les assouvir par le mariage et la maternité, et les éloigner des sphères économiques et politiques. [...] La majorité des plaintes en discrimination déposées à l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes portent sur la grossesse, le retour de maternité ou l'allaitement. Ce sont des moments qui sont spécifiques aux femmes, et qui sont des moments de grande vulnérabilité ».

Aujourd'hui, Isabella Lenarduzzi n'a pas changé d'avis. « Il est nécessaire d'ouvrir la conversation sur le sujet du congé menstruel évidemment. Il serait 'juste' de l'adopter mais, dans ce contexte, il peut faire plus de mal que de bien aux femmes ! » Un contexte selon elle traversé de « de deux forces contraires. L'une qui va vers plus de respect des individus, et une reconnaissance des inégalités structurelles. Et une autre, soutenue par les idées antiwoke, qui considère que les femmes sont des hommes comme les autres et qu'il n'y a aucune raison qu'on ait des mesures d'équité. Je le vois dans mes formations, des hommes bien nés de plus de 50 ans sont très sensibles à ces discours. »

PRENDRE EN COMPTE LA SANTÉ DES FEMMES

Dès lors, pour éviter cette « discrimination à l'embauche », les femmes sont-elles condamnées à « bosser ou saigner » ? Ou à se saigner sans broncher ?

Dafalgan, bouillotte, télétravail, « fausse maladie », boss conciliant... « Les femmes prennent sur elles, sur leurs congés, pour gérer leurs douleurs et les soins, ce qui met à mal l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle », rapporte Anissa D'Ortenzio, chargée

Alterechos.be

01.01.204



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2496545



d'études pour le mouvement Soralia, qui a, fin 2023, mené une analyse sur l'endométriose. Cette maladie – caractérisée par la présence hors de l'utérus de l'endomètre, provoquant des lésions ou des kystes – est source de grandes douleurs, parfois chroniques, et peut déboucher sur l'infertilité. L'endométriose toucherait « 1 ou 2 personnes menstruées sur dix » et les femmes traverseraient environ sept années d'errance médicale avant de se voir poser le diagnostic.

En donnant la parole aux femmes, Soralia a constaté que l'endométriose mettait en péril leur bien-être au travail, et même leur en barrait l'accès.

Anissa D'Ortenzio souligne dès lors l'urgence que «soit reconnue cette maladie» et la nécessité de poser la question «des aménagements possibles et souhaitables sur le lieu de travail lorsqu'on a une maladie invalidante au quotidien». «La non-prise en compte de la santé des femmes et l'errance du diagnostic a un coût!», ajoute-t-elle. Selon un tout récent rapport du Forum économique mondial, «remédier aux inégalités liées à l'endométriose et à la ménopause pourrait contribuer à hauteur de 130 milliards de dollars au PIB mondial d'ici à 2040».

UNE QUESTION DE SANTÉ PUBLIQUE

«Le congé menstruel est une question d'égalité, de santé publique et cela relève de la médecine préventive», considère Élise Thiébaud, autrice de l'essai *Ceci est mon sang : Petite histoire des règles, de celles qui les ont et de ceux qui les font*. «L'entreprise est responsable de la santé de ses salariées et doit tenir compte du fait que les femmes ont un corps. Quand les femmes accouchent, cela semble évident qu'elles ne peuvent pas venir travailler», poursuit-elle.

Élise Thiébaud défend «un congé menstruel quels que soient l'âge, le statut et le sexe». Une option «tactique et holistique» : un congé pour tous et toutes pour «éviter que les hommes ne se plaignent».

«L'augmentation des jours de congé sans certificat peut servir de congé menstruel sans faire discrimination directe», avance Gaëlle Demez, responsable nationale des Femmes CSC, précisant attendre une évaluation espagnole sur les effets en matière de discrimination à l'embauche.

D'autres questions se posent aussi. Quid des secteurs à majorité féminine, déjà en pénurie? Quid du secret médical? Comment bien rémunérer ce congé?

NE PLUS ROUGIR DES RÈGLES

D'une étude menée en mai dernier par l'UGent et Securex sur l'impact de la ménopause et le bien-être au travail, il ressort que «23,4% des travailleuses présentant des symptômes de ménopause et une gêne importante lors du travail déclarent que la ménopause ne peut pas être abordée avec l'employeur». Or, indique la recherche, «une condition de base pour adapter le contenu et l'organisation du travail à la réalité (temporaire) d'une travailleuse ménopausée est que la ménopause puisse être abordée avec l'employeur».

«Les femmes se taisent sur leurs règles parce que, chaque fois qu'on en parle, c'est pour les délégitimer», observe Élise Thiébaud. «Aujourd'hui encore, on entend des hommes dire que les femmes qui ont leurs règles ne sont pas fiables. Le congé pourrait renforcer ce stéréotype. Des femmes sont aussi imprégnées de cette norme masculine rationnelle qui les empêche de dévoiler leur vulnérabilité et leurs émotions. Il faut leur garantir une sécurité psychologique pour pouvoir parler de leurs douleurs à leur employeur», plaide Isabella Lenarduzzi.

«L'entreprise est responsable de la santé de ses salariées et doit tenir compte que les femmes ont un corps.»

Élise Thiébaud

Ouvrir à la reconnaissance des douleurs – et de la santé menstruelle globale – des femmes et travailler sur les mentalités sont donc des priorités et des défis bien plus globaux que le congé menstruel. D'autres idées sont sur la table pour faciliter la vie des femmes au travail pendant leurs règles : aménagements des horaires, salles de repos. «Vu qu'on ne paye pas pour le papier toilette, pourquoi ne pas avoir des protections périodiques gratuites dans les toilettes», suggère Élise Thiébaud, qui rappelle la nécessité de partir des marges pour réfléchir au congé menstruel : «Il faut penser la loi à partir des travailleuses les plus vulnérables, comme les infirmières ou les femmes de ménage pour qui les règles peuvent être plus difficiles à vivre.»

Beci.be

16.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4812375



www.beci.be/fr

Date: **16-01-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **1 001**
Audience: **1 001**

<https://www.beci.be/des-femmes-entrepreneures-sengagent-pour-une-alimentation-durable-a-bruxelles-dans-le-cadre-du-programme-women-in-food/>

Des Femmes Entrepreneures s'engagent pour une Alimentation Durable à Bruxelles dans le cadre du programme «Women in food»

Les femmes porteuses d'un projet entrepreneurial en Belgique, comme ailleurs dans le monde, sont confrontées à divers défis. L'accès au financement (critères de prêt discriminatoires), les stéréotypes de genre (manque de reconnaissance pour les compétences et les réalisations des femmes entrepreneures). Nombre d'entre elles s'auto-censurent et/ou s'auto-excluent de certains secteurs ou de certains métiers. Les femmes ont tendance à être également plus réticentes à prendre des risques financiers à titre personnel, ce qui peut limiter leur capacité à investir dans leur entreprise. La gestion d'une entreprise peut être exigeante et il est parfois difficile pour elles de trouver un équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle, en particulier si elles ont des responsabilités familiales. Sachant l'importance pour le développement des affaires, l'intégration dans les réseaux professionnels traditionnellement masculins peut également constituer un facteur limitant, ce qui p

On observe aussi que d'être minoritaires dans le monde de l'entrepreneuriat réduit le nombre femmes entrepreneures qui servent de rôles-modèles et limite les possibilités de mentorat entre les femmes (*).

A Bruxelles, une femme sur dix a un statut d'indépendante, soit le taux le plus élevé de Belgique. En dix ans, le nombre de femmes avec un statut d'indépendante a progressé de 30% en Région bruxelloise, voire même de plus de 50% pour les statuts d'indépendante complémentaire (**).

La majorité des femmes indépendantes et aidantes exercent leur activité au sein des professions libérales (41,7%) et du commerce (28,1%). Les services sont le seul secteur dans lequel les femmes indépendantes sont plus nombreuses (57,4%) que les hommes (42,6%)

«Les femmes n'ont jamais eu autant de liberté et de capacité d'action. Nous devons nous en servir pour construire un monde meilleur durable et solidaire».

Isabella Lenarduzzi (fondatrice de JUMP) » En sa qualité de consultante en entrepreneuriat depuis 15 ans, Nadine Minampala observe que les projets des femmes comportent souvent une part émotionnelle forte et qu'elles cherchent à avoir un impact social positif. Elles sont généralement motivées par des valeurs personnelles, des expériences ou des objectifs sociaux, ce qui se reflète dans la vision et la mission de leurs entreprises.

Elles veulent contribuer à créer des solutions novatrices pour promouvoir notamment une production alimentaire plus responsable, réduire le gaspillage, encourager l'agriculture biologique et proposer des alternatives respectueuses de l'environnement.

Beci.be

19.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4826987



www.beci.be/nl

Date: **19-01-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **0**
Audience: **1 000**

<https://www.beci.be/nl/vrouwelijke-ondernemers-zetten-zich-in-voor-duurzame-voeding-in-brussel-als-onderdeel-van-het-programma-women-in-food/>

Vrouwelijke ondernemers zetten zich in voor duurzame voeding in Brussel als onderdeel van het programma 'Women in Food'

19 januari 2024 om 13:01 In België, net als elders in de wereld kampen vrouwelijke ondernemers met uitdagingen als de toegang tot

financiering (wegens discriminerende leningscriteria), genderstereotypen (gebrek aan erkenning voor de vaardigheden en prestaties van vrouwelijke ondernemers) enzovoort. Veel vrouwen censureren zich en/of sluiten zichzelf uit van bepaalde sectoren of beroepen. Vrouwen stellen zich ook eerder terughoudend op om persoonlijke financiële risico's te aanvaarden, wat de mogelijkheden om in hun bedrijf te investeren kan beperken. Het beheer van een bedrijf kan een beproevende taak worden en voor vrouwen is het soms moeilijk om een balans te vinden tussen hun beroeps- en privéleven, zeker als ze voor een gezin moeten instaan. Integratie in traditioneel mannelijke beroepsnetwerken – belangrijk is voor de ontwikkeling van een bedrijf – kan eveneens een beperkende factor zijn, met als gevolg dat vrouwelijke ondernemers minder groeikansen genieten. Tot slot zijn sommige kwalitatieve ondernemersopleidingen en hulpmiddelen soms onvoldoende toegankelijk voor vrouwen, een situatie die hun professionele ontwikkeling kan belemmeren.

Het simpele feit dat vrouwen een minderheid vormen in het ondernemerschap vermindert bovendien het aantal vrouwelijke ondernemers die als rolmodel kunnen optreden en beperkt de mogelijkheden voor mentorschap tussen vrouwen (*).

In Brussel is één vrouw op tien zelfstandig, meteen het hoogste percentage in België. In tien jaar tijd steeg het aantal vrouwen met het statuut van zelfstandige met 30% in het Brussels Gewest, en met meer dan 50% in het geval van zelfstandigen in bijberoep (**).

De meeste vrouwelijke zelfstandigen en zelfstandige helpers werken in de vrije beroepen (41,7%) en de handel (28,1%). De dienstensector is de enige sector waar meer vrouwelijke zelfstandigen (57,4%) dan mannelijke (42,6%) werken.

"Vrouwen hebben nog nooit zoveel vrijheid en actievermogen gehad. We moeten hier voordeel uithalen om een betere wereld op te bouwen, een wereld die duurzaam en solidair is". Isabella Lenarduzzi (oprichtster van JUMP)

Nadine Minampala, al 15 jaar ondernemerschapsadviseur, stelde vast dat projecten van vrouwen vaak een sterke emotionele dimensie vertonen. Vrouwen streven naar een positieve sociale impact. Ze laten zich meestal bezielen door persoonlijke waarden, ervaringen of sociale doelstellingen en dit komt tot uiting in de visie en missie van hun bedrijven.

Ze willen bijdragen tot innovatieve oplossingen om een meer verantwoorde voedselproductie te bevorderen, afval te verminderen, biologische landbouw aan te moedigen en milieuvriendelijke alternatieven te bieden.

Beci.be

19.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4826987



Women in Food – Ondersteuning en begeleiding voor vrouwen met ondernemersprojecten

De afgelopen jaren ontving Nadine Minampala steeds meer projectleiders die betrokken willen raken bij duurzame voedingsbedrijven. Ze constateert dat er in Brussel echter weinig aanbiedingen bestaan voor langlopende, sectorspecifieke ondersteuning in duurzame voeding.

Het ondersteunings- en begeleidingsprogramma van Women in Food wil deze vrouwen een oplossing bieden om de lokale gemeenschap in deze sector te versterken dankzij kennisdeling, netwerken en onderlinge samenwerking. Eén jaar lang hebben vijftientig vrouwen deskundigen ontmoet en hun kennis over regelgeving, fiscaliteit, administratieve en juridische kwesties uitgebreid. Sommigen van hen konden hun project ook in het echt testen bij Becook, een gemeenschappelijke en duurzame keuken die als partner in het project optreedt.

Op 19 december 2023 vond de slotdag van het Women in Food programma plaats bij BECI, in aanwezigheid van Barbara Trachte (staatssecretaris voor Economische Transitie) en Nawal Ben Hamou (staatssecretaris voor Sociale Cohesie). Het was een mooie gelegenheid om kennis te maken met de grote diversiteit aan vrouwelijke ondernemers die een breed scala aan unieke en innovatieve perspectieven bieden op het domein van duurzame voeding en agrovoeding.

Wil

je vrouwe

lijke ondernemers

steunen

? Kom dan naar het

lanceringsevenement van het

WowHere

platform op donderdag 18 januari bij Beci.

Event

Alterechos.be

30.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4870243



www.alterechos.be

Date: **30-01-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: **Manon Legrand**

Circulation: **0**
Audience: **1 000**

<https://www.alterechos.be/du-sang-du-labeur-et-des-larmes/>

Du sang, du labeur et des larmes

Mis en place en Espagne en 2023, le congé menstruel n'existe pas en Belgique. L'idée de permettre aux femmes qui souffrent de règles douloureuses de s'absenter du travail un ou quelques jours par mois ne fait pas l'unanimité, y compris dans les rangs féministes. Le débat encore timide a le mérite de faire exister un sujet encore trop souvent chuchoté entre personnes concernées.

Deux constats pour commencer, truismes pour certains, breaking news pour d'autres. Le premier: des femmes souffrent durant leurs règles. Difficile de quantifier le phénomène. Et encore plus de le qualifier: qu'est-ce que la douleur? Quelles sont les causes et les diverses manifestations des souffrances liées aux règles, qui touchent à l'intime mais aussi au social? Les études manquent – cela vaut pour la santé des femmes en général – mais le poids des témoignages suffit à accorder un «crédit de véracité» aux souffrances des femmes.

Deux: les règles – alors qu'elles concernent presque la moitié de l'humanité en âge de l'être (mis à part les femmes qui sont aménorrhéées, qui prennent un contraceptif pour stopper leurs règles) – demeurent un sujet tabou. Si, ces dernières années, les femmes ont mis sur la table la question des injonctions, des représentations et des inégalités liées aux règles, qu'on ne se réjouisse pas trop vite... Le liquide dans les pubs des serviettes hygiéniques était bleu jusqu'à il y a peu; l'année dernière, on s'étonnait encore de voir une championne de triathlon terminer une course le maillot taché de sang. Ce n'est aussi qu'en juin 2022 que l'OMS a réclamé que «la santé menstruelle soit reconnue, encadrée et traitée comme une question de santé et de droits humains, et non comme une question d'hygiène».

Un congé spécifique pour les femmes

Le congé menstruel désigne un ou plusieurs jours de congé pour les femmes qui souffrent de règles douloureuses et d'endométriose. Il a déjà été intégré dans le Code du travail de six pays à travers le monde, dont le Japon, pionnier en 1947. En 2023, l'Espagne devenait le premier pays européen à l'adopter. Le congé y est pris en charge par la Sécurité sociale.

Alors que la lutte contre la précarité menstruelle commence à être prise au sérieux et soutenue en Belgique, la réflexion sur ce congé spécifique n'en est qu'à ses prémices. Juste après le vote espagnol sont apparus quelques articles et questions parlementaires (dans les rangs PS et Écolo).

Au cabinet de Pierre-Yves Dermagne, ministre de l'Économie et du Travail, on nous répond: «Le sujet n'est pas sur la table du gouvernement. Nous sommes en réflexion. Nous attendons en fait un avis des partenaires sociaux qui étudient les systèmes de congé. Nous attendons qu'ils fassent des propositions au gouvernement sur le thème du congé menstruel.» En Wallonie, «le congé menstruel n'a pas fait l'objet d'une demande ni du Conseil wallon de l'égalité entre hommes et femmes ni des syndicats», indique le cabinet de la fonction publique. Du côté des associations féministes, «la réflexion est en cours» au sein de Soralia. «Nous n'avons pas de positionnement

Alterechos.be

30.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4870243



ou de travail spécifique sur le congé menstruel. Il y a eu davantage de travail sur la précarité menstruelle», indique-t-on chez Vie féminine.

Le congé menstruel désigne un ou plusieurs jours de congé pour les femmes qui souffrent de règles douloureuses et d'endométriose. Il a déjà été intégré dans le Code du travail de six pays à travers le monde, dont le Japon, pionnier en 1947. En 2023, l'Espagne devenait le premier pays européen à l'adopter. Le congé y est pris en charge par la Sécurité sociale.

La STIB n'a pas attendu le gouvernement pour mettre en place un congé menstruel, appelé «congé sans solde d'inconfort». Sans solde «mais assimilé dans le calcul du 13^e mois et des écochèques», nous explique-t-on. «Cela fait au moins 30 ans que la STIB a décidé que les femmes à la conduite peuvent bénéficier de congés pour menstruation afin de faciliter et rendre plus souple la possibilité de s'absenter lors d'une période de menstruation difficile/douloureuse. Depuis 2018, ces congés pour trouble menstruel ont été étendus à l'ensemble des métiers lourds, poursuit la porte-parole Cindy Arents. Les collaboratrices peuvent prendre un maximum de 12 jours civils par an, à raison d'un jour par mois. Concrètement, la collaboratrice qui veut prendre ce type de congé doit prévenir son responsable sans fournir de justificatif. On constate sur le terrain qu'environ 70% des collaboratrices qui peuvent en bénéficier y ont eu recours (en général, plusieurs fois par an).»

Une fausse bonne idée?

Quand la mesure est passée en Espagne, Isabella Lenarduzzi, fondatrice de l'entreprise sociale Jump dont le combat porte sur l'égalité des femmes et des hommes, a vu rouge. Dans L'Écho (10 mai 2023), elle s'interroge sur «la fausse bonne idée des congés menstruels». «Si la reconnaissance de la douleur des femmes constitue une avancée, il y a un risque de stigmatisation, et donc potentiellement de la discrimination dans le monde de l'entreprise», écrit-elle. Et d'argumenter que «la nature des femmes a toujours été utilisée comme arguments pour les assouvir par le mariage et la maternité, et les éloigner des sphères économiques et politiques. [...] La majorité des plaintes en discrimination déposées à l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes portent sur la grossesse, le retour de maternité ou l'allaitement. Ce sont des moments qui sont spécifiques aux femmes, et qui sont des moments de grande vulnérabilité».

Aujourd'hui, Isabella Lenarduzzi n'a pas changé d'avis. «Il est nécessaire d'ouvrir la conversation sur le sujet du congé menstruel évidemment. Il serait 'juste' de l'adopter mais, dans ce contexte, il peut faire plus de mal que de bien aux femmes!» Un contexte selon elle traversé de «deux forces contraires. L'une qui va vers plus de respect des individus, et une reconnaissance des inégalités structurelles. Et une autre, soutenue par les idées antiwoke, qui considère que les femmes sont des hommes comme les autres et qu'il n'y a aucune raison qu'on ait des mesures d'équité. Je le vois dans mes formations, des hommes bien nés de plus de 50 ans sont très sensibles à ces discours.»

«Les femmes prennent sur elles»

Dès lors, pour éviter cette «discrimination à l'embauche», les femmes sont-elles condamnées à «bosses ou saigner»? Ou à se saigner sans broncher?

Dafalgan, bouillotte, télétravail, «fausse maladie», boss conciliant... «Les femmes prennent sur elles, sur leurs congés pour gérer leurs douleurs et les soins, ce qui met à mal l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle», rapporte Anissa D'Ortenzio, chargée d'études pour le mouvement Soralia, qui a fin 2023 mené une analyse sur l'endométriose. Cette maladie – caractérisée par la présence hors de l'utérus de l'endomètre, provoquant des lésions ou des kystes – est source de grandes douleurs, parfois chroniques, et peut déboucher sur l'infertilité. L'endométriose toucherait «1 ou 2 personnes menstruées sur dix» et les femmes traverseraient environ sept années d'errance médicale avant de se voir poser le diagnostic.

Alterechos.be

30.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4870243



Dès lors, pour éviter cette «discrimination à l'embauche», les femmes sont-elles condamnées à «bosser ou saigner»? Ou à se saigner sans broncher?

En donnant la parole aux femmes, Soralia a constaté que l'endométriose mettait en péril leur bien-être au travail, et même leur en barrait l'accès.

Anissa D'Ortenzio souligne dès lors l'urgence que «soit reconnue cette maladie» et la nécessité de poser la question «des aménagements possibles et souhaitables sur le lieu de travail lorsqu'on a une maladie invalidante au quotidien». «La non-prise en compte de la santé des femmes et l'errance du diagnostic a un coût!», ajoute-t-elle. Selon un tout récent rapport du Forum économique mondial, «remédier aux inégalités liées à l'endométriose et à la ménopause pourrait contribuer à hauteur de 130 milliards de dollars au PIB mondial d'ici à 2040».

Une question de santé publique

«C'est une question d'égalité, de santé publique et cela relève de la médecine préventive, abonde Elise Thiébaud, autrice de l'essai Ceci est mon sang: Petite histoire des règles, de celles qui les ont et de ceux qui les font. «L'entreprise est responsable de la santé de ses salariées et doit tenir compte que les femmes ont un corps. Quand les femmes accouchent, cela semble évident qu'elles ne peuvent pas venir travailler», poursuit-elle.

Elise Thiébaud défend «un congé menstruel quels que soient l'âge, le statut et le sexe». Une option «tactique et holistique»: un congé pour tous et toutes pour «éviter que les hommes ne se plaignent».

«L'augmentation des jours de congé sans certificat peut servir de congé menstruel sans faire discrimination directe », avance Gaëlle Demez, responsable nationale des Femmes CSC, précisant attendre une évaluation espagnole sur les effets en matière de discrimination à l'embauche.

D'autres questions se posent aussi. Quid des secteurs à majorité féminine, déjà en pénurie? Quid du secret médical? Comment bien rémunérer ce congé?

Ne plus rougir de ses règles

D'une étude menée en mai dernier par l'UGent et Securex sur l'impact de la ménopause et le bien-être au travail, il ressort que «23,4% des travailleuses présentant des symptômes de ménopause et une gêne importante lors du travail déclarent que la ménopause ne peut pas être abordée avec l'employeur». Or, indique la recherche, «une condition de base pour adapter le contenu et l'organisation du travail à la réalité (temporaire) d'une travailleuse ménopausée est que la ménopause puisse être abordée avec l'employeur».

D'autres questions se posent aussi. Quid des secteurs à majorité féminine, déjà en pénurie? Quid du secret médical? Comment bien rémunérer ce congé?

«Les femmes se taisent sur leurs règles parce que chaque fois qu'on en parle, c'est pour les délégitimer», observe Elise Thiébaud. «Aujourd'hui encore, on entend des hommes dire que les femmes qui ont leurs règles ne sont pas fiables. Le congé pourrait renforcer ce stéréotype. Des femmes sont aussi imprégnées de cette norme masculine rationnelle qui les empêche de dévoiler leur vulnérabilité et leurs émotions. Il faut leur garantir une sécurité psychologique pour pouvoir parler de leurs douleurs à leur employeur», plaide Isabella Lenarduzzi.

Sortir les règles du tabou et travailler sur les mentalités sont donc des priorités et des défis bien plus globaux que le congé menstruel. D'autres idées sont sur la table pour faciliter la vie des femmes au travail pendant leurs règles: aménagements des horaires, salles de repos. «Vu qu'on ne paye pas pour le papier toilette, pourquoi ne pas avoir des protections périodiques gratuites dans les toilettes», suggère Elise Thiébaud, qui rappelle la nécessité de partir des marges pour réfléchir au congé menstruel: «Il faut penser la loi à partir des personnes les plus vulnérables, comme les infirmières ou les femmes de ménage. Les règles peuvent être plus difficiles à vivre

Alterechos.be

30.01.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4870243



pour elles.»

Marieclaire.be

06.02.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4903210

JUMP
Promoting gender equality, advancing the economy



www.marieclaire.be

Date: **06-02-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: **Timon Van Mechelen**

Circulation: **0**
Audience: **6 067**

<https://marieclaire.be/nl/waarom-single-vrouwen-gelukkiger-zijn/>

Waarom single vrouwen gelukkiger zijn



© Unsplash

delen "Ik tel de dagen af voor ik met mijn vriendinnen naar Corsica kan vertrekken", zegt Olivia, huisarts van 33, bij het naderen

van de herfstvakantie. "Dit soort vakanties zijn voor ons heilig, omdat we allemaal beseffen hoe belangrijk het voor ons is om tijd samen door te brengen en met elkaar van het leven te genieten." Een ongewone levenswandel voor sommigen, maar voor hen is het alleen maar deugddoend.

Olivia en haar vriendinnen zijn allemaal single. "Ik geniet ten volle van mijn single-zijn en kom er ook 100 procent voor op", reageert Vicky, binnenhuisdesigner van 35, en één van hen. "En wel omdat ik me zonder relatie onafhankelijker voel, minder zorgen heb, mezelf kan zijn en mezelf ook kan ontwikkelen zonder steeds rekening te moeten houden met iemand anders. Ik ben nog nooit zo gelukkig geweest dan sinds ik alleen door het leven ga." Na twee langdurige relaties besloot ze haar tijd vooral in zichzelf te steken. "Voor mij betekent een relatie hebben dat ik toegevingen moet doen, zaken die belangrijk voor me zijn moet loslaten en een deel van mezelf moet opofferen", vertelt Flavia, 38 en vertaalster bij een uitgeverij. "Toen ik samenleefde met mijn partner moest ik veel te vaak keuzes maken die me moeilijk vielen."

Ook Chloé, 28, is niet bepaald op zoek naar haar wederhelft. "Ik hoef maar om me heen te kijken, naar mijn

Marieclaire.be

06.02.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4903210



moeder, haar vriendinnen, de moeders van mijn vriendinnen... om te beseffen dat een relatie geen garantie is voor geluk. Welke vrouw heeft haar diepere verlangens niet opzij moeten zetten voor haar partner of kinderen? Veel vrouwen van mijn generatie willen niet meer in de schaduw van hun wederhelft leven, en ze accepteren de vastgeroeste maatschappelijke overtuigingen ook niet meer dat je jezelf pas volledig kan ontplooiën met een partner en gezin", zegt de jonge vrouw, die duidelijk trots is op haar single-zijn.

Celibaat = gelukkiger?

Volgens meerdere recente studies die deze tendens lijken te bevestigen, loopt de zoektocht naar geluk tegenwoordig inderdaad langs het celibaat. Geen relatie noch gezin opstarten zou de levenskwaliteit beduidend doen toenemen, althans bij vrouwen. Ook gedragswetenschapper Paul Dolan, onderzoeker bij de London School of Economics, bevestigt dat een relatie niet per se de sleutel is om jezelf waar te maken, afgaand op de resultaten van zijn onderzoek die in 2019 in The Guardian verschenen.

Dezelfde bevindingen bij de Mintel-studie, die voor de pandemie uitgevoerd werd bij de Britse bevolking: 61% van de vrouwen zei daarin gelukkig te zijn met hun single-status, tegenover 49% van de alleenstaande mannen. 75% van de vrouwen gaf ook toe het afgelopen jaar niet actief op zoek te zijn gegaan naar een nieuwe partner. Wat zij zo aangenaam vinden aan alleenstaande zijn? Ook weer de zelfstandigheid, het tijd kunnen nemen voor zichzelf en de grotere vrijheid die ze hebben om hun dagelijkse leven in te vullen zoals ze dat zelf willen.

Mensen in een relatie geven toe dat ze het moeilijk vinden om hun persoonlijke verlangens in evenwicht te brengen met die van hun partner, en signaleren ook een sociale druk en verhoogde verwachtingen. Niet vreemd, zegt Isabella Lenarduzzi, oprichtster van JUMP, een organisatie die voor gendergelijkheid en ondernemerszin ijvert. Volgens haar roept de mythe van de gelukkige relatie heel wat schuldgevoelens op omdat het niet eenvoudig is eraan te beantwoorden. "Eindelijk, sinds het begin van het patriërchaat, beginnen we nu andere vormen te erkennen, waarop een mens gelukkig kan zijn. Kleine meisjes zijn lang opgevoed met de idee dat ze nooit gelukkig zouden kunnen worden zonder man. Kijk maar hoezeer jonge vrouwen nog met de vinger gewezen worden als ze op hun dertigste nog altijd alleen of kinderloos zijn.

Alsof huwelijk en ouderschap nog steeds de enige fundamenten zijn waarop je je leven kan bouwen, het enige bewijs van een geslaagd leven én de absolute graadmeter van wat je maatschappelijk bereikt hebt. Maar hoeveel vrouwen steeds de norm is? Dit is de eerste generatie vrouwen die zelf beslist om voluit single te zijn en er zonder taboe voor uit komt dat deze status hen gelukkig maakt." Pauline, 34 en geluidstechnicus, is inmiddels vijf jaar samen met Benjamin met wie ze een dochtertje kreeg – van nu bijna twee jaar. Maar, gek op haar werk als ze is, kan ze het sinds de geboorte van Mira niet verdragen enkel nog herleid te worden tot 'moeder'.

"Het leven is te kort om me te laten voorschrijven wat ik al dan niet zou mogen doen"

"Dat idee verstikt me enorm", zucht ze. "Het geeft me het gevoel alsof ik tien stappen achteruit heb gemaakt en dat ik alles wat ik tot nu toe opgebouwd heb, weer zou moeten loslaten. Sinds de bevalling zorg ik voor bijna alles in het huishouden en ben ik voor 80% verantwoordelijk voor Mira's dagelijkse zorg en opvoeding. Waarom? Omdat Ben, die in de reclamewereld werkt, te pas en te onpas verkondigt dat zijn baan zijn motor is, dat hij zijn werk nodig heeft om zich bevredigd te voelen en dat moederschap nu eenmaal niet samengaat met het leven dat ik vroeger leidde. Hij vindt dat het tijd is dat ik volwassen word en beseft dat je als jonge moeder niet zomaar opnieuw aan het werk kan gaan alsof er niks gebeurd is. Alsof ik na het bevallen van een kind nog altijd kan doorwerken zonder mijn uren te tellen, na het werk kan gaan borrelen, om de andere dag naar de fitness kan gaan of zorgeloos vrienden kan blijven zien. Waar haal ik het in mijn hoofd? Weet je wel.

Het lijkt wel of ik mijn grootmoeder hoor spreken! Ik moet zo'n moeite doen om bij mezelf te blijven. Ondertussen

Marieclaire.be

06.02.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 4903210



heeft Ben zelf niks aan zijn leven veranderd; hij blijft gewoon uitgaan, tennisspelen en twee keer per week met vrienden uit eten gaan. Maar waar blijf ik in dit alles? Er is meer in mijn leven dan Mira en haar opvoeding. Moet ik hem dan verlaten om eindelijk weer mezelf te kunnen zijn? Er zijn eerlijk gezegd steeds vaker momenten dat ik het overweeg. Het leven is te kort om me te laten voorschrijven wat ik al dan niet zou mogen doen", geeft ze verslagen toe, ontmoedigd door de situatie waarin ze verzeild is geraakt en die ze jammer genoeg met heel wat lotgenoten deelt.

Het zusterschap

"Ondanks de vooruitgang zien we in veel koppels nog steeds dat bij de geboorte van een kind de klassieke rolverdeling als vanzelf weer opduikt, zelfs bij stellen die zichzelf als open en breeddenkend omschrijven en vinden dat ze werk en huishouden gelijkwaardig moeten verdelen", stelt Isabella Lenarduzzi vast. "Ook jonge vrouwen ontsnappen dus niet aan de befaamde mental load die de meesten van haar seksegenoten te beurt valt. Ook bij hen werkt blijkbaar nog steeds de oude imprint door dat vrouwen zich moeten onderwerpen.

Gelukkelijk durven enkelingen – en die groep wordt steeds groter – die vastgeroeste gedachten omver te werpen en zichzelf als gelukkige singles neer te zetten of uit een beperkende relatie te stappen. Het zijn die vrouwen die een bevredigender leven blijken te hebben en hun levenskwaliteit zien toenemen. De studies wijzen er ook op dat alleenstaande vrouwen zonder kinderen meer kans hebben om langer te leven dan wie voor huwelijk en kinderen heeft gekozen. Vergeet dus dat je per se man en kind nodig zou hebben om gelukkig te zijn."

Op dit moment vallen maatschappelijk twee groepen van gelukkige alleenstaande vrouwen op: jonge vrouwen die alleen willen blijven en zichzelf 100% waarmaken, en oudere vrouwen die gescheiden of weduwe zijn en die gelukkig ouder worden. "Vooraf omdat ze sociaal actief blijven, veel ondernemen en een aanzienlijk netwerk aan vrienden en kennissen onderhouden", geeft Isabella Lenarduzzi mee.

"Ook het zusterschap speelt daarin een belangrijke rol. Mannen zijn doorgaans aantrekkelijker van hun partner en worden alleenstaand minder goed oud."

Dominante ideaalbeeld

Dat vrouwen met een gezin met die mental load blijven zitten, beperkt de kans op een vervullend leven aanzienlijk. Een studie aan de VUB over de tijdsbesteding bij de Belgische bevolking, toont aan dat vrouwen gemiddeld 21 uur en 46 minuten per week aan huishoudelijke taken besteden, en mannen slechts 12 uur en 48 minuten. Dat verschil van negen uur per week blijkt tekenend voor de moeizame zoektocht naar geluk die vrouwen ervaren en die hen doet twifelen of ze überhaupt wel een relatie willen.

"Nu ik 55 ben, heb ik eindelijk tijd om mezelf te ontdekken", vertelt Helene, verkoopster bij een groot cosmeticaconcern. "Ik ben weggegaan bij mijn partner met wie ik 27 jaar samen was en met wie ik twee kinderen heb; een gezinssituatie waarvoor ik me steeds tegen mijn zin in heb weggecijferd. Ik heb nooit voor mezelf kunnen leven. Begrijp me niet verkeerd, ik ben gek op mijn kinderen, maar als ik mijn leven mocht overdoen zou ik nooit meer tekenen voor hetzelfde scenario. Het is een taboe om dit luidop te verkondigen, maar ik ben nog nooit zo gelukkig geweest als sinds ik alleen ben. Zoals heel wat vrouwen heb ik me te onderdanig opgesteld en heb ik me te veel laten voorschrijven door het dominante ideaalbeeld van het heteroseksuele stel dat samen een gezinsleven uitbouwt. Alsof dat zaligmakend zou zijn!

Je mag je seksuele geaardheid niet in vraag stellen, je mag je niet afvragen wie je nu werkelijk in wezen bent. Je stapt gewoon een opgelegd kader binnen. Maar wie weet, was ik single wel veel gelukkiger geweest, of in een relatie met een vrouw. Het besef dat ik het antwoord op dit soort vragen nooit zal kennen, vind ik redelijk choquerend. Ik hoop echt dat mijn dochters zichzelf de vrijheid zullen gunnen om volop zichzelf te kunnen zijn."

Marieclaire.be

06.02.2024



WEB MEDIA

JUMP FORUM

Ref: 45707 / 4903210

JUMP

Promoting gender equality, advancing the economy

De kans is groot dat haar opgroeiende dochters straks hun leven wél over een andere boeg zullen durven gooien. In België geven de laatste Statbel-cijfers aan dat er nu 16% meer singles zijn dan tien jaar geleden. En ze leefden nog lang en gelukkig en kregen nog vele kinderen... Als we de cijfers mogen geloven, is dat oude sprookje anno 2024 werkelijk tot een eind gekomen.

Volg Marie Claire op Facebook et Instagram om steeds op de hoogte te blijven van de laatste nieuwe trends inzake beauty, cultuur, lifestyle, food en nog veel meer.



© Unsplash

Le Droit de l'employé

01.03.2024



PRINT MEDIA
AMNESTY INTERNATIONAL VL
Ref: 29779 / NC2526642



Le droit de l'employé

Date: **01-03-2024**
Page: **8+9**
Periodicity: **Monthly**
Journalist: -

Circulation: **170000**
Audience: **374000**
Size: **902 cm²**



Chronique juridique

Agir contre les violences sexistes et sexuelles au travail

Les chiffres sont éloquent. En Belgique, une femme sur cinq a été victime de viol (Amnesty International, 2019). 9% des travailleuses ont été agressées physiquement au bureau (Jump, 2016). Une travailleuse sur trois est régulièrement victime d'un comportement inapproprié sur son lieu de travail (enquête CNE, 2021). Quelles informations (principalement juridiques, dans le cadre du présent article) peut-on notamment donner à une collègue victime de violences liées à son milieu professionnel (même si les faits ont éventuellement eu lieu en dehors du lieu de travail) ?

Avant toute chose, la première démarche est de prendre au sérieux la collègue qui exprime avoir été victime de violence. Il est important d'adopter une posture d'écoute et de confiance, de lui reconnaître une « présomption de sincérité », de lui dire « je te crois », plutôt que d'adopter une attitude de suspicion ou de jugement.

Procédures possibles

Ecouter la victime, c'est notamment (mais pas seulement) pouvoir l'informer des procédures possibles :

- Utiliser, éventuellement dans un premier temps, le circuit « informel », en consultant de manière spontanée et confidentielle la personne de confiance et/ou le conseiller en prévention aspects psychosociaux (CPAP).
- Utiliser, d'emblée ou dans un second temps, le circuit « formel », en déposant une plainte motivée auprès de la CPAP. La consultation doit pouvoir avoir lieu durant les heures de travail. Si l'organisation du travail ne le permet pas (travail de nuit par exemple), la victime peut rencontrer la CPAP ou la personne de confiance en dehors des heures de travail, avec remboursement des frais de déplacement par l'employeur. La CPAP informera l'employeur, puis analysera la

situation. Ils tenteront ensuite de mettre en place des mesures pour supprimer ou limiter le risque au minimum.

La travailleuse victime bénéficie d'une protection spécifique contre le licenciement dès le moment où elle dépose sa plainte, de même que les éventuels témoins qui sont intervenus dans la procédure.

En outre, la réglementation liée à la surveillance de santé fournit un outil qui peut s'avérer utile : la consultation spontanée (art. 1.4-37 du Code du bien-être). Toute travailleuse peut demander une consultation spontanée directement auprès du conseiller en prévention-médecin du travail (CPMT) pour des plaintes liées à la santé qu'elle estime être en relation avec le travail. Dès qu'elle reçoit la demande, la CPMT avertit l'employeur, sauf si la travailleuse n'est pas d'accord (ce qui l'obligera à rencontrer le CPMT en dehors des heures de travail), et effectue une évaluation de santé de la travailleuse dans les 10 jours ouvrables. A l'issue de la consultation, la CPMT peut proposer un aménagement temporaire du poste de travail ou une mutation temporaire à un autre poste de travail. De manière générale, les décisions de la CPMT doivent être exécutées par l'employeur en vertu de l'article 5 de la loi du 4 août 1996, soit immédiatement, soit moyennant un

certain « temps de réaction », selon le type de décision.

Les coordonnées de la CPAP et du CPMT (du Service externe de prévention et protection au travail) doivent obligatoirement figurer dans le règlement de travail, de même que la description des procédures d'intervention psychosociale formelle et informelle.

Les obligations de l'employeur

Tout employeur doit prendre les mesures de prévention nécessaires pour prévenir les situations et les actes qui peuvent mener aux risques psychosociaux au travail, pour prévenir les dommages ou pour les limiter. Lorsque des violences sexistes et sexuelles ont lieu en dehors du lieu de travail, beaucoup d'employeurs affirment n'avoir aucune marge de manœuvre pour agir, quand bien même la victime aurait déposé plainte auprès de la police. Pourtant, si le risque qu'une travailleuse subisse un dommage physique et/ou psychique est lié aux relations interpersonnelles au travail, ou si ces violences peuvent avoir des conséquences sur le lieu de travail, l'employeur a une responsabilité. Celui-ci doit prendre en compte l'impact que la vie privée peut avoir sur le comportement au travail.

Les mesures de prévention

Le premier besoin qu'exprime souvent les victimes de violences sexuelles, c'est que cela ne se reproduise plus. L'employeur doit s'efforcer de mettre en place des aménagements dans l'entreprise afin que l'auteur présumé ne puisse plus entrer en contact avec la victime sur le lieu de travail (ou que cette probabilité soit réduite au minimum).

Il est préférable que l'employeur cherche une solution qui permette à la victime de garder son poste de travail tel qu'il était

Le Droit de l'employé

01.03.2024



PRINT MEDIA
AMNESTY INTERNATIONAL VL
Ref: 29779 / NC2526642



avant les faits (sauf si celle-ci désire autre chose). Le fait de devoir changer de cadre de travail, voire même d'emploi, en tant que victime, est souvent vécu comme une double peine.

L'employeur peut ainsi convoquer l'auteur présumé pour lui proposer de changer lui-même de service (ou de lieu de travail si l'entreprise a plusieurs sites). En cas de désaccord, l'employeur évaluera la marge de manœuvre dont il dispose pour imposer une modification unilatérale de cet aspect des conditions de travail, compte tenu de l'avis éventuel du CPAP (en cas de plainte formelle). En cas d'impossibilité, l'employeur devrait, au minimum, permettre à la victime de changer de service (ou de lieu de travail si l'entreprise a plusieurs sites).

De manière générale, si l'entreprise dispose d'un CPPT, celui-ci peut rendre un avis sur les mesures les plus pertinentes en cas de violence ou de harcèlement, compte tenu des circonstances

particulières de l'organisation du travail et du lieu de travail. En outre, il est conseillé que ce comité établisse une procédure interne devant s'appliquer lorsque des faits de violence ou de harcèlement sont signalés (accueil, conseil, intervention, etc.), à faire inscrire dans le règlement de travail.

Sanctionner les auteurs

L'employeur dispose d'un pouvoir disciplinaire dans l'entreprise. Il peut appliquer une sanction, telle que l'avertissement, la mutation, la rétrogradation ou la suspension du contrat de travail, pour autant que la sanction soit prévue dans le règlement de travail. L'employeur pourrait également décider que le licenciement est la seule alternative dont il dispose pour supprimer le risque d'exposition de la travailleuse à une nouvelle agression, quelle qu'elle soit (ou réduire ce risque au minimum).

Au préalable, des preuves doivent être recueillies. En matière de violences sexistes

et sexuelles, ce n'est pas « parole contre parole » ! La preuve que la victime doit apporter repose sur un faisceau d'indices concordants. Le dossier peut comporter le récit écrit (chronologique, précis et circonstancié) des violences ; des rapports et certificats médicaux (surtout s'ils ont été rendus juste après les faits) ; des témoignages ; toute trace écrite des démarches effectuées par la victime. Tous ces éléments ne sont pas nécessaires pour rendre une plainte crédible, mais il en faut quelques-uns.

En jurisprudence, il est établi que certains faits (même de la vie privée) peuvent entraîner un licenciement immédiat pour faute grave lorsque ceux-ci vont totalement à l'encontre des obligations contrac-

Quelle indemnisation en cas d'arrêt de travail ?

Conservent leur autonomie économique et financière est primordial pour les victimes de violences. Dans la plupart des cas, la victime dispose d'un salaire garanti pendant 30 jours. En toute hypothèse, il serait éventuellement possible d'obtenir une meilleure indemnisation, en demandant la reconnaissance de l'agression sexuelle ou du viol comme un accident causé par un collègue, soit « dans le cours et par le fait » du travail, soit « du fait » du travail. Dans cette définition, le « fait du travail » doit être entendu, au sens large, comme tout événement que le milieu naturel, technique ou humain du contrat a rendu possible. Une telle reconnaissance suppose que soit apportée la preuve de l'événement, de la lésion physique ou psychique provoquée par l'événement, ainsi que du lien de causalité entre les faits de violence et le travail (c'est-à-dire du fait que c'est bien le milieu professionnel qui a rendu possible l'agression ou le viol).

Si la victime est d'avis que ces conditions sont remplies et qu'elle peut produire des preuves suffisantes, rien ne l'empêche de demander à l'employeur d'introduire une déclaration d'accident de travail, en lui fournissant un certificat médical contenant la description des lésions constatées et des suites de l'agression ou du viol. Même si l'employeur a des doutes quant aux circonstances et aux faits avancés par la travailleuse comme étant constitutifs de l'accident causé par un tiers du fait du travail, c'est à l'assureur de décider s'il s'agit d'un accident du travail, et pas l'employeur. La décision de l'assureur est bien évidemment susceptible de recours devant le tribunal du travail.

S'opposer aux différentes formes de violence, intervenir auprès des collègues ou des employeurs, accompagner les victimes, promouvoir des comportements non sexistes au niveau de l'entreprise et de nos comportements quotidiens... La liste des actions possibles est longue pour que les violences sexistes et sexuelles, dans la société comme au travail, disparaissent.

Jean-François Libotte

Il est important d'adopter une posture d'écoute et de confiance, de lui reconnaître une « présomption de sincérité », de lui dire « je te crois », plutôt que d'adopter une attitude de suspicion ou de jugement.

tuelles ou ont un impact sur l'exécution du contrat, et qu'ils sont de nature à rendre immédiatement impossible la poursuite de la collaboration professionnelle. A titre d'exemple, ont été reconnus comme justifiant un licenciement pour faute grave divers comportements qui sont la conséquence de dissensions graves entre deux membres du personnel, lorsque le comportement violent d'un travailleur à l'égard de sa collègue met en péril sa sécurité sur le lieu de travail (C. trav. Liège, 28 avril 2009).

A côté des sanctions disciplinaires, il existe également des sanctions administratives et pénales.

L'article 119 du Code pénal social punit d'une sanction de niveau 4 toute personne qui entre en contact avec les travailleuses lors de l'exécution de leur travail et qui commet un acte de violence ou de harcèlement moral ou sexuel au travail.

Le Soir
17.06.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2682473

JUMP
Promoting gender equality, advancing the economy



Le Soir

Date: **17-06-2024**
Page: **1-3**
Periodicity: **Daily**
Journalist: **Michel De Muelenaere**

Circulation: **30284**
Audience: **496686**
Size: **1 435 cm²**



Des centaines d'entreprises et associations plaident pour le Green Deal

Dans deux lettres ouvertes, des grandes entreprises européennes demandent aux futures autorités de l'Union et aux prochains gouvernements en Belgique que le cap soit maintenu.

Il faut poursuivre le Green Deal européen. Il est indispensable à l'économie et à l'environnement. Tel est le message adressé par 130 associations et entreprises à l'attention des futures autorités européennes et des prochains gouvernements en Belgique. Un message rédigé par des entreprises telles que Danone, D'Ieteren ou Carmeuse, entre autres, membres du réseau The Shift, alors que des partis politiques ont, plus ou moins ouvertement, remis en question divers éléments de ce Pacte vert destiné à mettre l'Union européenne sur la voie de la neutralité carbone en 2050 tout en garantissant une meilleure protection de l'environnement.

En Europe, le nouveau Parlement européen et la nouvelle Commission pencheront plus à droite et, pour le premier, accueillera une forte cohorte de députés d'extrême droite. Lundi et à la fin du mois, les chefs d'Etat débattront de l'« agenda stratégique » qui guidera les travaux des Vingt-Sept pour les cinq prochaines années. En Belgique, les négociations sont entamées au fédéral et dans les Régions pour mettre en place les futures coalitions. Le moment est donc opportun pour faire entendre sa voix. Le Green Deal et les mesures qu'il contient marquent « le début d'une transformation historique de l'économie européenne », rappellent les signataires de la lettre belge que publie *Le*

Soir. Dans le même temps, un autre appel est adressé aux dirigeants européens par plus de 400 entreprises (Ikea, Amazon, Engie, etc.), entre autres, pour porter un message similaire : il n'y a pas d'avenir européen sans Green Deal.

« Rien ne serait pire qu'un retour en arrière », traduit Catherine Vandepoelière, directrice de la durabilité chez D'Ieteren. « En Belgique, on est à la traîne. » Vendredi, le Bureau du Plan estimait que les politiques belges actuelles permettraient de réduire de 25,5 % les émissions de gaz à effet de serre en 2029 par rapport à 2005 dans les secteurs non industriels - soit sensiblement moins que les 47 % que notre pays s'est engagé à atteindre. **P. 2 & 3**

Le Soir

17.06.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2682473



Message à l'Europe et à la Belgique : préservez et poursuivez le Green Deal

Plusieurs centaines d'organisations et d'entreprises adressent un appel aux futures autorités européennes et aux prochains gouvernements en Belgique. Il faut poursuivre le Green Deal, indispensable à l'économie et à l'environnement, qui sont inséparables l'une de l'autre.

MICHEL DE MUELENAERE

Leur voix ne vient pas de nulle part, ni de n'importe qui. Plus de 130 associations et entreprises adressent ce lundi une lettre « aux décideurs politiques qui définiront les lignes directrices et les réglementations en Belgique et en Europe : les élus, les futurs chefs de gouvernement ». Le message de ces entreprises, membres du réseau The Shift : il ne faut pas ralentir. Il faut poursuivre sur le chemin du Green Deal, dont des partis politiques en Europe et en Belgique ont, plus ou moins ouvertement, remis en question certains éléments ces derniers mois. En Europe, un nouveau Parlement européen et une nouvelle Commission vont se mettre en place pour cinq ans. L'un et l'autre pencheront plus à droite et, pour le premier, accueillir une forte cohorte de députés d'extrême droite. A la faveur de cette évolution, l'enthousiasme pour les mesures du Pacte vert, destiné à mettre l'Union européenne sur la voie de la neutralité carbone en 2050 tout en garantissant une meilleure protection de l'environnement, pourrait marquer le pas.

Lundi, les chefs d'Etat européens se réunissent à Bruxelles pour poursuivre leur discussion sur les postes essentiels à pourvoir dans différentes institutions. Plus tard, ils doivent aussi finaliser « l'agenda stratégique » qui guidera les travaux des Vingt-Sept pour les cinq prochaines années. En Belgique, les négociations sont entamées au fédéral et

dans les Régions pour mettre en place les futures coalitions. Le moment est donc opportun pour faire entendre sa voix.

Le Green Deal et les mesures qu'il contient marquent « le début d'une transformation historique de l'économie européenne », rappellent les signataires de la lettre belge que publie *Le Soir*. « Si le contexte actuel met notre économie sous pression, il reste indispensable de

maintenir ce cap. » Parmi les auteurs : Danone, Spadel, UCB, Ageas, Cofinimmo, Veolia, D'Ieteren, Carmeuse, Montea... Eux disent tenir au projet, qui aligne les mesures devant mettre l'Europe sur la voie de la neutralité carbone en 2050 et d'une réduction de 55 % des émissions des gaz à effet de serre en 2030 par rapport au niveau de 1990.

Coincidence, un autre appel est adressé aux dirigeants européens par plus de 400 entreprises, représentants de l'industrie, entités locales, groupes de réflexion et ONG. D'autres gros bras : Ikea, Unilever, Uber, Amazon, Iberdrola, EDF, Engie, Eurostar... Le message est similaire : il n'y a pas d'avenir européen sans Green Deal. « Le travail n'est pas terminé », disent les signataires, s'inquiétant de la « poussée majeure » de l'extrême droite qui a été au premier rang pour appeler à un détricotage du grand projet vert européen. « Nous devons maintenir un engagement fort et stable pour confirmer que le Pacte vert est le moteur de la croissance et de la sécurité en Europe. »

Pour eux, le Pacte vert doit être « la première priorité du prochain mandat quinquennal, complété par un Pacte industriel vert ». Mais il faut aussi le financer et l'incarner dans un vice-président exécutif de la Commission, chargé à la fois du Pacte vert et du Pacte industriel.

« Rien ne serait pire qu'un retour en arrière », traduit Catherine Vandepopeliere, directrice de la communication et de la durabilité chez D'Ieteren, qui a finalisé un plan pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 42 % en 2030 par rapport à 2023 et arriver à des émissions nettes égales à zéro en 2050. « S'il y a un recul, il sera plus difficile de continuer à embarquer tout le monde. » Les atteintes à l'environnement, rappelle-t-elle, « sont un des risques majeurs mis en évidence dans toutes les en-

quêtes ».

On sent l'inquiétude en demi-teinte

Une inquiétude pour la Belgique ? On la sent en demi-teinte. « En Belgique, on est à la traîne », poursuit Catherine Vandepopeliere. « Notre plan national climat n'est pas suffisamment ambitieux. » Vendredi, le Bureau du Plan a mis des chiffres sur ce constat dans ses perspectives économiques pour 2024-2029. Alors que notre pays s'est engagé à réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 47 % en 2030 par rapport à 2005 dans les secteurs non industriels (transport, bâtiment, agriculture, déchets...),

les politiques actuelles ne permettront d'arriver qu'à 25,5 % de réduction en 2029.

Malgré cela, l'enjeu a été quasi absent de la campagne électorale, avec, de-ci de-là, des déclarations contestant des éléments du Green Deal (la sortie progressive des voitures thermiques à partir de 2035, la progression des pompes à chaleur...). Sur l'analyse politique, les entreprises sont plus prudentes : la question de la transition écologique « a fait partie des débats, mais pas assez », constate Nathalie Guillaume, secrétaire générale et directrice de la durabilité chez Danone. « Le plus important, c'est ce qui se trouvera dans les accords de gouvernements. » Le climat et l'environnement doivent « certainement figurer parmi les priorités. Dans le monde des entreprises, tout un pan de l'économie belge veut avancer dans la direction que nous indiquons. C'est notre rôle de rappeler ce souhait. » Pour que l'économie de demain soit durable, dit-on du côté du géant français, « on ne peut pas dissocier l'environnement et l'économie. Une performance économique sans prêter attention à la planète est vouée à l'échec ».

« Il faudra voir où les priorités vont être placées dans les nouveaux gouvernements », s'interroge Catherine Vandepopeliere. « Il ne faut pas que les ambitions retombent. » Même préoccupation chez Nathalie Guillaume : « Aux gouvernements, nous disons qu'il y a des entreprises pionnières en matière de durabilité, mais aussi toutes les autres qui vont devoir s'y mettre. Pour la pérennité de leur business, elles ont besoin d'un cadre politique et réglementaire qui soutienne cette transition et donne une visibilité politique sur le long terme. »

Le Soir

17.06.2024



PRINT MEDIA

JUMP FORUM

Ref: 45707 / NC2682473

JUMP
Promoting greater equality, advancing the economy

Ce lundi encore, le conseil scientifique consultatif européen sur le changement climatique – les experts qui conseillent l'Union européenne – a ajouté son grain de sel : « Les priorités peuvent changer, mais la science reste claire : l'Europe doit maintenir son élan pour atteindre ses objectifs climatiques. »



« L'Union européenne s'est engagée à faire une croix sur les combustibles fossiles dans tous les secteurs », se réjouissent les signataires de The Shift. © SHUTTERSTOCK.

135 entreprises et organisations de la société civile du réseau de développement durable The Shift (1)

Il est crucial de maintenir le cap après les élections

Les conflits en cours à travers le monde, la flambée des prix des transports et la concurrence féroce des Etats-Unis et de la Chine rendent nerveux la plupart des décideurs. Ces crises multiples ne peuvent toutefois pas les faire dévier des objectifs fixés, à savoir une société juste et neutre sur le plan climatique, et la protection de la nature et de la biodiversité. Ce n'est qu'en faisant preuve de détermination au lendemain des élections et en montrant l'Europe sous son meilleur jour que nous pourrons récolter les fruits économiques de nos politiques.

Chers/chères futur(e)s chef(fe)s du gouvernement,
Le Green Deal européen de 2020 a marqué le début d'une transformation historique de l'économie eu-

ropéenne dans son ensemble. L'Union européenne s'est engagée à atteindre la neutralité climatique à l'horizon 2050, et à faire une croix sur les combustibles fossiles dans tous les secteurs, de

la production d'énergie à l'agriculture, en passant par les bâtiments, les transports et l'industrie. Autre point clé du programme, la protection de la biodiversité, de l'environnement et de notre

Le Soir

17.06.2024



PRINT MEDIA

JUMP FORUM

Ref: 45707 / NC2682473

JUMP
Promoting good habits, changing behaviour

santé. Grâce au Green Deal, la politique économique européenne est devenue beaucoup plus écologique.

Si le contexte actuel met notre économie sous pression, il reste indispensable de maintenir ce cap. Les crises du climat et de la biodiversité constituent une réelle menace pour notre prospérité et notre bien-être. Nous pouvons – et devons – l'affronter ensemble. Une économie axée sur la neutralité climatique et la durabilité offre des avantages économiques et sociaux indéniables. Elle crée de l'emploi et de la place pour une industrie manufacturière fondée sur la connaissance. C'est déjà clairement visible aux Etats-Unis et en Chine, où les technologies vertes (ou *cleantech*) sont en plein essor et créent d'énormes opportunités. D'un point de vue macroéconomique, il est évident que si l'on investissait aujourd'hui dans des systèmes renouvelables et circulaires les milliards d'euros consacrés actuellement à l'importation d'énergie et de matières premières fossiles, la balance commerciale de l'Europe serait plus saine. Des produits sûrs et dénués de substances toxiques présentent en outre des avantages évidents pour la santé et la biodiversité.

Le Green Deal européen a entraîné de nombreuses évolutions réglementaires au cours des cinq dernières années, et les entreprises ont aussi pris le train en marche. Pas moins de 150 entreprises belges (dont la moitié des entreprises du Bel20) ont ainsi fixé des *science based targets*, des trajectoires climatiques fondées sur la science. La Belgian Alliance for Climate Action, qui regroupe 100 entreprises membres du réseau de développement durable The Shift, a pris la tête de ce projet. De même, 25 entreprises se sont serré les coudes dans le cadre du programme Biodiversity in Action afin de mettre en place des actions pertinentes pour protéger la biodiversité.

Ces entreprises n'agissent pas uniquement par intérêt commercial, mais aussi parce qu'elles sont prêtes à prendre leurs responsabilités. Elles savent que nous devons produire et consommer autrement. Parce qu'il n'y a pas d'autre solution. La survie de notre planète, de notre prospérité, de notre capacité de production et de nos entreprises en dépend. Quelle entreprise n'a pas besoin de matières premières comme l'eau, les minéraux ou l'énergie? Selon une analyse de la Commission européenne, chaque euro dépensé pour la restauration de la nature génère entre 8 et 38 euros de valeur économique, grâce aux nombreux avantages que la nature nous offre. In-

vestir dans la restauration de la nature est une solution gagnante à la fois pour notre planète et pour nos portefeuilles.

Un appel au gouvernement pour une transition équitable

Les citoyens, les entreprises et la société civile réclament une politique qui fasse des options et des investissements écologiques le choix le plus évident et le moins coûteux. Ils attendent du gouvernement qu'il élimine les obstacles, qu'il garantisse la sécurité juridique et qu'il soutienne la durabilité. Une transition qui soit équitable et qui n'oublie personne.

Les politiques à long terme prennent du temps. Pourquoi, dès lors, les remettre à plus tard? Selon une étude de Vito (l'institut flamand pour la recherche technologique), l'inaction coûterait entre 5 et 10 milliards d'euros par an à l'économie belge. En même temps, un calcul de la Banque nationale de Belgique montre cependant que les coûts macroéconomiques de la transition vers une économie climatiquement neutre sont gérables.

Tous ensemble dans la même direction

Malgré notre ambition, nous reconnaissons que nous ne pouvons y parvenir seuls. Tous les acteurs de la société doivent agir dans la même direction : les entreprises, les décideurs politiques et la société dans son ensemble.

Au cours de la prochaine législature, le programme stratégique européen doit poursuivre la voie du « zéro émission nette » et d'une économie positive pour la nature et pour tous et toutes. Le pacte industriel doit également être aligné sur ces objectifs. Nous avons besoin de politiques audacieuses et cohérentes qui accélèrent et facilitent cette transition.

(1) Les signataires : 21 Solutions, Ageas, Alteo Group, ArmenTeKort, Ashoka Belgium, Avocats.be, BeeOdiversty, Behaven, Belgian Institute for Sustainable IT, Belgian Investment Company for Developing Countries (BIO), Berghoff, Beterflybox, Binaro, Bleen Consulting, BlinkOut, Bond Beter Leefmilieu, Bopro, BOS+, Brasserie Brunehaut, BrightWolves, CAP Conseil, Carmeuse, Chapter Zero Brussels, Climact, Climate Lab, Climate Neutral Group, Close the Gap, Coca-Cola Services, Cofinimmo, Coherence 2, Commensalist bv, Composil Europe, Danone, DUIN.partners, D'leteren, Ecobos, Ecores, eFarmz, Elements, ETAP Lighting, Eurostar, Factor4, Fairtrade Belgium, Farming4Climate, Give a Day, Goed voor Druk, Go Forest, Hire & Higher, Hoet & Hoet, HRNature, Impact advocaten, Impact Capital, ISS, Join For Water, Joker Toerisme, JUMP, Kalani, Katara, KlimaatContact, Konekt, LeaseLine, Lime, Loterie Nationale –

Nationale Loterij, Louvain Coopération, Mage-laan, Maison Dandoy, Mantis Consulting, Materia Nova, Mediahuis, Miles Legal, Montea, Movie Tax Invest, Natuurpunt, Oikos, Ontex, Orchestri, P&V Group, Pantarein, Pluxee Belgium, Proximus, PwC Belgium, Ray & Jules, Realco, Rikolto België, RMB, Schneider Electric, Schröder, SC Packaging, Shayp, shiftN, Skipr, Skyfarms, Sodexo Belgium, Soil Capital, Sollie apothekers, SOS Kinderdorpen/SOS Villages d'Enfants, Spadel, Stichting tegen Kanker/ Fondation contre le Cancer, Surveco, Sustainability Partner, Sustenuto, Sylvester Events, Tabor, Taiepa, Tapio, Tauw België, Telenet Group, The Cornerstone, The Cotton Group, The Ecological Entrepreneur, The Nest Family Office, The Rock Group, Time4Society, Too Good To Go, Toyota Material Handling Europe, Trias, Triodos Bank, Tweeperenboom, UCB, UC Leuven-Limburg, Universiteit Gent, Upgrade Estate, UPOP, Velux, Veolia, VIA Don Bosco, ViaVia Tourism Adacemy, Vlerick Business School, VO-Group, VP Capital, WeForest, WeNow, Winch Projects, WWF-Belgium, X4Resilience.

Tous les acteurs de la société doivent agir dans la même direction : les entreprises, les décideurs politiques et la société dans son ensemble



Alterechos.be

04.07.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5512412



www.alterechos.be

Date: **04-07-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **0**
Audience: **1 000**

<https://www.alterechos.be/loi-quotas-ou-sont-les-failles/>

Loi quotas: où sont les failles?

Depuis 2011, la loi fédérale sur les quotas de genre dans les conseils d'administration a prouvé sa nécessité. Le plafond de verre qui empêchait les femmes d'accéder à des postes d'administratrices s'est doucement brisé. Mais une résolution récemment adoptée par la Chambre met en lumière plusieurs lacunes dans l'application de cette législation.

Le 2 mai dernier, suite à sa plénière hebdomadaire, la Chambre adoptait un projet de résolution relative à l'évaluation de la loi du 28 juillet 2011. La fameuse «loi quotas» qui vise à garantir la présence d'au moins un tiers (33%) de chaque sexe au sein des conseils d'administration (CA) des entreprises publiques autonomes, des entreprises privées cotées en Bourse et de la Loterie nationale. Peu après la Norvège en 2008, la Belgique devenait alors l'un des premiers pays au monde à légiférer en la matière. Et la loi a en partie porté ses fruits.

Dans son quatrième bilan sur la loi quotas publié en 2022, l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes (IEFH) révèle qu'entre 2008 et 2020, la proportion de femmes au sein des CA de l'ensemble des entreprises concernées par la loi a globalement bondi, passant de 8,2% à 34,1%. L'asbl JUMP, qui œuvre à promouvoir l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, indique même un taux de 39% en 2023 et de 40% pour les CA du BEL20, les 20 plus grandes sociétés belges cotées en Bourse.

À la loupe, 89,3% des entreprises – soit 101 sur 113 – atteignaient la représentation d'un tiers de femmes dans leurs CA en 2020. En prenant en compte le délai de six ans après l'entrée en Bourse accordé par la loi aux entreprises nouvellement cotées, le taux de conformité monte même à 98,2%. Les deux seuls mauvais élèves sont Accentis et Cumulex. La première société, spécialisée dans la détention et la gestion d'actifs immobiliers, affirme ne pas encore avoir trouvé de candidate appropriée. Mais l'entreprise entrait dans les conditions du quota lors des deux précédents relevés de l'IEFH, en 2016 et 2017 (avec deux femmes et trois hommes composant son CA). La seconde société, une holding, ne fournit aucune explication.

Une résolution pour souligner les manquements

Pendant la plénière à la Chambre, quelques partis s'accrochaient sur l'éternel débat entourant la discrimination positive. Kathleen Depoorter (N-VA) exprimait ainsi avoir «un peu de mal avec les quotas. Nous devons nous demander pourquoi les femmes restent sous-représentées dans les CA. Le contexte dans lequel elles travaillent est-il suffisamment compatible avec la vie de famille?» La charge familiale incomberait donc de facto aux femmes. Sans surprise, le parti de la députée néerlandophone n'a pas soutenu le texte qui a de toute manière été adopté.

D'autres parlementaires ont pris soin de souligner les améliorations amenées par la loi quotas sur la représentativité des femmes dans les CA. «La loi permet justement de soutenir une certaine population qui, sur le marché du travail, est victime d'un plafond de verre et de discriminations quant à l'accession à des postes à

Alterechos.be

04.07.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5512412



responsabilités» , enchérit Cécile Cornet (Écolo-Groen). Mais l'enjeu au cœur de la proposition de résolution était surtout de signaler les manquements de cette législation.

D'abord, le manque d'un organe de contrôle. Sans contrôle, pas de sanctions. Mais assez singulièrement, les punitions n'ont pas été nécessaires. Les entreprises se sont mises au diapason presque toutes seules. Depuis l'entrée en vigueur de la loi, l'IEFH évalue ses retombées mais n'a jamais été formellement désigné comme organe de contrôle. L'institut a néanmoins exercé un effet de contre-pouvoir. «On a contrôlé les quelques entreprises qui ne rentreraient pas dans les clous du quota de manière informelle , explique Véronique De Baets, porte-parole de l'institut. On leur a envoyé un courrier et elles sont rapidement rentrées dans les rangs. Ce n'était pourtant pas gagné d'avance car les détracteurs de la loi quotas étaient nombreux. Les employeurs craignaient de ne pas trouver les bons profils ou de devoir gonfler leur CA avec des femmes pour rentrer dans les conditions, ce qui aurait fait exploser le nombre d'administrateurs. Mais ça ne s'est pas produit. Ce nombre a même diminué certaines années.»

« Sans obligation légale, le pouvoir reste dans l'entre-soi masculin.»

Isabella Lenarduzzi, fondatrice de JUMP

Second manquement, sémantique et plus sensible cette fois: dans ses termes, la loi quotas ne s'applique qu'aux conseils d'administration et pas aux comités de direction. Dans la proposition de résolution, la rapporteure Goedele Liekens (Open Vld) constate en effet la faible représentation des femmes au sein de ces comités, plus hauts dans la hiérarchie. En 2020, les comités de direction étaient composés de seulement 14,8% de femmes. Le nombre de comités de direction sans femmes ou composés d'une femme seulement a quant à lui augmenté (de 74,5% en 2017 à 82% en 2020). «Personne n'aime les quotas, regrette Isabella Lenarduzzi, fondatrice de JUMP. Surtout pas les personnes qui sont censées en bénéficier car ça les stigmatise. Mais la pente ne va pas naturellement vers l'égalité. Sans obligation légale, le pouvoir reste dans l'entre-soi masculin.»

JUMP note également que la loi de 2011 ne considère pas la question de la présidence de ces conseils et autres comités: seulement 5,6% de toutes les sociétés belges cotées ont à leur tête une présidente, une seule parmi le BEL20. «Mon genre n'a jamais influencé mon élection» , affirme Françoise Chombar, présidente de Melexis. Figure d'exception, l'entreprise spécialisée en capteurs microélectroniques affirme avoir toujours mis un point d'honneur à afficher un CA composé à parts égales d'hommes et de femmes et diversifié à d'autres égards (âge, nationalité, secteur, expérience, rôle, etc.). «La diversité dans la culture d'entreprise apporte bon nombre d'avantages concurrentiels, notamment en matière d'innovation et d'attraction des talents. C'est une occasion manquée pour les autres entreprises de ne pas en faire autant. Au sein du BEL20, beaucoup de sociétés sont issues de secteurs traditionnels. Est-ce une raison qui expliquerait que Melexis soit encore la seule entreprise du BEL20 présidée par une femme?» , interroge Françoise Chombar.

Pour pallier ces manquements, le texte de résolution émet plusieurs recommandations: renforcer le quota actuel à 40%, étendre la législation aux comités de direction, prévoir un organe de contrôle habilité à sanctionner les sociétés qui ne respectent pas les quotas. Des sanctions financières et non financières pourraient être employées, comme d'exclure les sociétés concernées des procédures d'attribution de marchés publics ou d'aides d'État. Mais alors qui pour jouer les contrôleurs? Certains avancent l'idée de créer cet organe de toutes pièces. D'autres de confier la tâche à l'IEFH. «L'institut est prêt à poursuivre les évaluations de la loi quotas, mais pas à contrôler ni à sanctionner les entreprises , réplique Véronique De Baets. On dispose de suffisamment de structures en Belgique sans qu'il faille nécessairement créer un nouvel organe. La compétence pourrait être déléguée à l'auditorat du travail par exemple, ou via la FSMA (NDLR, l'Autorité des services et marchés financiers) . Ce sont des pistes à explorer.»

Alterechos.be

04.07.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5512412



À l'Europe, les femmes à bord

Une autre recommandation mentionnée dans la résolution belge concerne la directive européenne « Women on Boards », adoptée par le Parlement européen en novembre 2022 qui attend des États membres une transposition en droit national d'ici à janvier 2026. D'apparence plus exigeante, la directive vise à ce qu'au moins 40% des postes d'administrateurs non exécutifs ou 33% de tous les postes d'administrateurs soient occupés par le sexe sous-représenté. « La Belgique colle déjà à ces exigences européennes », détaille Véronique De Baets. La directive européenne fixe un quota minimal qui est le fruit d'un compromis entre les États membres. Mais je pense qu'il n'est pas bon de se dire que le travail est fait, car la directive prévoit aussi d'autres mesures en matière d'information et de sensibilisation au sein des entreprises. Les sociétés cotées en bourse devront en effet introduire des procédures de recrutement plus transparentes et fournir de façon annuelle les informations sur la représentation genrée de leur CA. Si les quotas ne sont pas atteints, les sociétés devront se justifier sur la manière dont elles prévoient de le faire.

Et dans les asbl?

Bien que le secteur associatif ne soit pas concerné par la loi fédérale, un décret wallon de 2014 – surnommé « décret mixité » – impose un maximum de deux tiers de membres du même sexe aux CA des organismes privés agréés par la Wallonie. Pour conserver leur agrément (et leurs subventions), les entreprises d'économie sociale doivent donc rester en règle avec ce critère genré, parmi un panel d'autres conditions.

Étonnamment, peu d'observateurs se penchent sur cet aspect dans le secteur. La CODEF, fédération patronale du secteur associatif, confie ne pas travailler le sujet. Même son de cloche à l'Union des entreprises à profit social (Unipso) ou chez Bruxeo, organisme de représentation des employeurs du secteur social dans la capitale. Heureusement, même s'il ne s'agit pas de son sujet de prédilection, l'Observatoire de l'économie sociale scrute annuellement la composition des CA des asbl et sensibilise le grand public sur cet indicateur.

Dans son cahier de 2023, l'Observatoire note que les administratrices ont toujours été plus nombreuses dans les entreprises d'économie sociale que dans l'économie classique. Au début des années 2000, leur CA était composé de 28% de femmes. Vingt ans plus tard, cette proportion atteint les 37%, alors que la part de femmes dans le CA des entreprises d'économie classique non soumises à un texte de loi a stagné sur la même période. Mais rappelons que les travailleuses restent majoritairement prépondérantes dans le secteur de l'économie sociale. Elles représentent pas moins de 70% de la main-d'œuvre, contre 50% dans l'économie classique.

« Il ne faut pas sous-estimer la difficulté de trouver des profils complémentaires pour des postes d'administrateurs la plupart du temps bénévoles. »

Unipso

Outre les chiffres, l'agence-conseil Crédal, active dans la finance solidaire, s'intéresse notamment à l'effet de la législation wallonne sur le terrain. Elle forme régulièrement les asbl et leur CA sur la question du genre. « Le secteur associatif a beau véhiculer de nombreuses valeurs humanistes et d'équité, des biais persistent, souligne Patricia Cardon, directrice accompagnement chez Crédal. Une majorité de structures en font carrément un non-sujet et croient que l'inclusion du genre sous-représenté s'applique déjà naturellement. » Cet aspect de leur gestion passe souvent à la trappe, par manque de temps ou de ressources humaines. À l'époque du décret, l'Unipso souhaitait d'ailleurs que les dispositions sur la parité genrée dans les CA ne soient pas rendues obligatoires. « Il ne faut pas sous-estimer la difficulté de trouver des profils complémentaires pour des postes d'administrateurs la plupart temps bénévoles », appuie la fédération.

Plus d'administratrices, moins d'émissions carbone

Alterechos.be

04.07.2024

**WEB MEDIA**
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5512412

Des études ont montré que dans les pays développés, les femmes ont une empreinte carbone en moyenne plus faible que leurs homologues masculins. Plus récemment, une équipe de chercheurs de l'IESEG School of Management de l'Université de Lille s'est attachée à étudier la corrélation des émissions carbone de plusieurs milliers d'entreprises et l'augmentation de la présence de femmes au sein des CA. L'échantillon reprend les données de 9.883 entreprises cotées en bourse, issues de 50 pays du globe et observées de 2002 à 2019. La question posée en creux était la suivante: une meilleure parité dans les CA des entreprises pourrait-elle contribuer à réduire les émissions globales de CO₂? Selon l'étude, la réponse est clairement oui. Tant pour les émissions directes qu'indirectes. «Les administratrices font preuve de traits prosociaux et altruistes plus que les hommes, mais aussi d'une plus grande sensibilité à l'éthique et aux réglementations, détaillent les chercheurs lillois. Elles sont plus enclines à soutenir les politiques qui protègent les citoyens, les consommateurs et l'environnement.» Les réductions d'émissions sont mieux prononcées dans les contrées où les sociétés doivent se plier à une législation nationale en matière de parité des sexes dans l'administration, en comparaison aux pays qui n'ont opté que pour des lignes directrices non contraignantes. L'analyse souligne également que la réduction des émissions carbone des entreprises examinées a été plus importante suite à la signature de l'Accord de Paris en 2015. «Cette étude offre des indications précieuses aux décideurs politiques en suggérant que l'approche législative est efficace à la fois pour adresser la diversité au sein des CA et le changement climatique», concluent les chercheurs dans l'étude.

1. Ergas, C. & York, R. (2012) Women's status and carbon dioxide emissions: A quantitative cross-national analysis. *Social Science Research*, 41(4), p. 965-976. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2012.03.008>
2. Barroso, R. Duan, T. Guo, S. & Kowalewski, O. (2024) Board Gender Diversity Reform and Corporate Carbon Emissions. IESEG Working Paper Series. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4496093>

Pssstt, visiteur, visiteuse du site d'Alter Échos !

Nous sommes heureux que vous soyez si nombreux à nous suivre sur le web. Nous avons fait le choix de mettre en accès gratuit une grande partie de nos contenus, notamment ceux en lien avec le Covid-19, pour le partage, pour l'intérêt qu'ils représentent pour la collectivité, et pour répondre à notre mission d'éducation permanente. Mais produire une information critique de qualité a un coût. Soutenez-nous ! Abonnez-vous ! Et parlez-en autour de vous.

Profitez de notre offre découverte 19€ pour 3 mois (accès web aux contenus/archives en ligne + édition papier)

Trends Tendances

10.10.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2839178



Trends Tendances

Date: **10-10-2024**
Page: **48-52**
Periodicity: **Weekly**
Journalist: **Caroline Lallemand**

Circulation: **62000**
Audience: **188300**
Size: **2 058 cm²**



Analyse
NETWORKING

LES RÉSEAUX FÉMININS EN PLEIN ESSOR À BRUXELLES ET EN WALLONIE

Plongée au cœur des réseaux 100% féminins

Une multitude de réseaux, clubs et espaces de coworking exclusivement dédiés aux femmes ont fleuri ces dernières années à Bruxelles et en Wallonie. S'adressant à tous les âges, profils et styles, ces communautés attirent un public varié. Qui sont ces femmes actives qui les rejoignent et pourquoi ressentent-elles le besoin de se réunir ? Trends-Tendances a mené l'enquête. **CAROLINE LALLEMAND**



On pourrait presque attribuer à chaque femme un réseau. FCE, Hors Norme, Womanly, The Nine, JUMP, Diane, Womade, Belgian Entrepreneurs, les Fariennes, les Mompreneurs, Owit, Furt'her, Club'L, Women on Board, etc. Une myriade de réseaux et d'espaces de coworking exclusivement dédiés aux entrepreneuses, indépendantes ou dirigeantes d'entreprise coexistent à Bruxelles et en Wallonie. Ils sont soutenus par une ribambelle de formations, d'ateliers thématiques, d'incubateurs financiers et autres, estampillés 100% féminins. En Belgique, 25% des femmes n'appartiennent à aucun réseau, 53% font partie d'un réseau mixte et 22% d'un réseau non mixte, nous apprend High Her, une organisation bruxelloise qui soutient les entrepreneuses dans leur croissance. Les initiatives du genre sont cependant moins nombreuses

dans le sud du pays. "Les Wallonnes ne semblent pas encore totalement conscientes des avantages de ce type d'espaces. Le besoin est encore latent", commente Marie Buron, CEO et fon-



“Les Wallonnes ne semblent pas encore totalement conscientes des avantages de ce type d'espaces.” **MARIE BURON (WOMANLY)**

datrice de Womanly, une communauté d'entrepreneuses évoluant au sein de bureaux partagés. "À Bruxelles, la secrétaire d'État à la Transition économique, Barbara Trachte (Ecolo) a lancé des appels à projets pour stimuler l'entrepreneuriat féminin. Ces encouragements sont beaucoup plus timides en Wallonie", constate-t-elle. Mais que se trame-t-il au cours de ces petits-déjeuners aux noms inspirants – "café NetworQUEEN", "Rise and Shine" – lunches, "apéros confidences", *afterworks*, et même retraites étalées sur un week-end ? Un kaléidoscope de profils de femmes actives y discutent de leurs accomplissements et de leurs défis dans leur business, participent à des ateliers pour mieux gérer leurs finances, s'initient aux mécanismes opaques de la blockchain, débattent de "comment briser le plafond de verre" et "combattre le syndrome de l'imposteur". Elles y créent des synergies, font du troc d'expertise, boostent leur entreprise en y rencontrant de nouveaux clients. Chaque réseau a son propre style, insufflé par sa fondatrice, l'un est sophistiqué, l'autre plus relax. Certaines membres restent fidèles à une seule communauté, d'autres papillonnent de l'une à l'autre au gré de leurs affinités professionnelles et personnelles.

Plus qu'une mode, un besoin

Comment expliquer ce florissement de réseaux *women only* ? "L'entrepreneuriat, féminin de surcroît, est assez récent, d'où

Trends Tendances

10.10.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2839178



l'éclosion de ces cercles d'affaires réservés aux femmes", analyse Hanna Bonnier, coordinatrice de Women in Business, la plateforme de soutien à l'entrepreneuriat féminin sous l'égide de hub.brussels, l'Agence bruxelloise pour l'entrepreneuriat. "À Bruxelles, nous avons répertorié 17 réseaux féminins dans notre catalogue des partenaires. Au-delà d'une mode, ils répondent à une demande, à un réel besoin qui n'existait pas il y a 20 ou 30 ans", explique-t-elle. "C'est avant tout pour libérer la parole", clame Béatrice Delfin Diaz, présidente des FCE (Femmes Chefs d'Entreprises), la plus ancienne association belge qui regroupe depuis 75 ans des entrepreneuses et des dirigeantes de grandes entreprises. "Se retrouver dans un cercle de femmes permet de parler en toute liberté de sujets personnels ou professionnels comme un divorce ou des difficultés financières. Les échanges sont plus naturels et certains sujets sont plus facilement abordés qu'avec des hommes, qui peuvent parfois ne pas être très réceptifs", affirme-t-elle.

Entraide et sororité

Des valeurs centrales véhiculées dans ces communautés reviennent en boucle : solidarité, sororité, entraide, bienveillance... Le baromètre de hub.brussels sur l'entrepreneuriat féminin (2023) le confirme : ces réseaux non mixtes favorisent un soutien profond et authentique. "Les entrepreneuses y partagent leurs expériences et trouvent des réponses à des besoins spécifiques, tels que la gestion du temps entre vie professionnelle et personnelle", commente Audrey Kamali, coordinatrice de Women in Business. "Beaucoup d'hommes sous-estiment les sujets abordés dans ces cercles", observe de son côté, Isabella Lenarduzzi, fondatrice de Jump qui œuvre à la promotion de l'égalité des genres au travail. "Ils considèrent souvent nos discussions comme superficielles, alors qu'elles sont tout aussi sérieuses que celles des cercles masculins. Cette perception erronée révèle un manque de compréhension des véritables enjeux auxquels les entrepreneuses sont confrontées", regrette-t-elle.

Amélie Jacquemin, professeure en management à l'UCLouvain, donne une autre explication à cette tendance : "Un nouveau rôle est apparu dans l'accompagnement entrepreneurial : celui du mentor, qui se distingue du coach ou de l'expert en apportant un soutien plus personnel et émotionnel. Cette dynamique semble particulièrement importante pour les femmes qui entreprennent pour des raisons profondes, souvent liées à une quête de sens".

À la poursuite du bon mentor

Des études prouvent que les femmes retirent davantage de bénéfices du mentorat que les hommes. On ne crée toutefois pas un tel réseau sans un certain charisme et de l'expertise, alerte la professeure louvaniste. "Les personnes qui suivent ces entrepreneuses doivent avoir l'expérience et les compétences pour répondre à leurs aspirations", estime-t-elle. "Une femme qui se lance dans l'entrepreneuriat après une longue carrière professionnelle et qui cherche un sens à son projet ne

Trends Tendances

10.10.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2839178



bénéficiera pas forcément d'un accompagnement efficace par un jeune diplômé de 23 ans. Beaucoup d'entrepreneuses m'ont rapporté que le soutien qu'elles avaient reçu n'était pas en phase



avec leurs attentes, souvent parce que le profil des accompagnatrices ne correspondait pas à leurs besoins", ajoute l'experte en management.

Sortir de la solitude

Force est de constater que ces réseaux regroupent de nombreuses entrepreneuses qui œuvrent en solo. Isolées, elles trouvent dans ces cercles un soutien psychologique et des oreilles attentives. "J'adore être indépendante, et même si j'ai des employés et un associé, j'ai besoin de rencontrer des gens. Ces réseaux permettent de sortir de la solitude que l'on peut ressentir en tant que cheffe d'une petite structure", témoigne Sylvie Delberghe, CEO de la société de conseil en transformation organisationnelle Fast-Track. Membre du réseau bruxellois Hors Norme, elle nous confie apprécier sa variété de profils, les échanges sans prise de tête, et l'atmosphère plus décontractée que dans d'autres cercles plus guindés. "Nous ne sommes pas cantonnées aux discussions typiques des cercles féminins, comme le syn-

drome de l'imposeur ou la prise de parole en public. Nous ne sommes pas non plus encouragées à suivre à tout prix les modèles de réussite masculins. Des membres ont monté leur entreprise de manière différente, en cassant les codes, sans lever de fonds ou en



"C'est avant tout pour libérer la parole." BÉATRICE DELFIN DIAZ (FCE)

évitant certaines démarches classiques, c'est très enrichissant d'en discuter ensemble", ajoute la cheffe d'entreprise. En Belgique, 35% des indépendants sont des femmes, selon les données du SPF Economie. Si l'entrepreneuriat féminin progresse, des enjeux tels que la rentabilité et les disparités de revenus subsistent encore, souligne le réseau Diane de l'UCM. Cinquante-deux pour cent des indépendantes à titre principal ont ainsi un revenu annuel inférieur à 20.000 euros ressort-il de son Baromètre de l'entrepreneuriat féminin (2023). Ce risque accru de précarité financière auquel elles sont exposées nuit à leur capacité d'obtenir des financements.

Manque de soutien financier

Dans ce contexte, le *networking* revêt toute son importance. Le manque de capital social étant encore bien souvent une barrière à se lancer. "La répartition inégale

des tâches domestiques limite le temps que les femmes peuvent consacrer au développement de leur réseau professionnel, contrairement à leurs collègues masculins. Ce qui engendre un manque de soutien tant humain que financier pour développer leur projet", explique l'expert en management de l'UCLouvain Frank Janssen. Les femmes ont en effet moins facilement accès à des financements et à des levées de fonds. En Europe, sur 100 milliards levés en capital-risque en 2023, seulement 1,8 % a été attribué à des fondatrices, révèle l'entreprise de données financières Pitchbook. "Lorsqu'il s'agit de lever des fonds, partager ses expériences entre femmes est crucial", insiste Isabella Lenarduzzi. C'est dans ce but que High Her a lancé sa "Money Academy". "Notre formation intensive de 10 semaines aborde des thématiques comme la négociation, la fiscalité, la planification financière ou encore la préparation d'un pitch devant des investisseurs", détaille sa CEO, Juliette Malherbe.

La non-mixité pour atteindre l'égalité

Pas question pour autant d'exclure complètement les hommes. Les



"Lorsqu'il s'agit de lever des fonds, partager ses expériences entre femmes est crucial."

ISABELLA LENARDUZZI (JUMP)

Trends Tendances

10.10.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2839178



études démontrent d'ailleurs que la mixité est positivement corrélée à tous les indicateurs de performance financiers et organisationnels. Clémence Braun a fondé le réseau bruxellois Hors Norme – dont elle vient de passer le flambeau – en 2021. Il compte plus de 130 membres et une communauté de plus de 500 femmes. Celle qui plébiscite le look jeans-t-shirt-baskets à l'opposé du costard cravate des cercles d'affaires masculins classiques se déclare tout à fait ouverte à la mixité. "Hors Norme n'est pas un rejet des réseaux masculins ou mixtes, c'est simplement un espace complémentaire pour se retrouver entre nous, stipule-t-elle. Un réseau féminin est formidable, mais ce n'est pas une raison pour éviter les réseaux mixtes. Les hommes peuvent aussi apporter beaucoup à notre parcours. Mais il y a quelque chose de particulier dans l'énergie qui se dégage lorsqu'on se regroupe entre femmes. C'est un peu comme la différence entre un dîner entre copines et un dîner mixte, les échanges ne sont pas les mêmes, les dynamiques sont différentes." Chez Womanly, cet état d'esprit est aussi prégnant. "Ce que les femmes viennent chercher, c'est un *mindset*, un partage d'expériences, une atmosphère d'émulation et une belle sororité", explique Marie Buron. "L'objectif de la non-mixité n'est pas de créer de l'entre-soi, mais de permettre aux femmes de prendre la place qu'on leur a si longtemps niée. La non-mixité est le passage obligé pour atteindre l'égalité", est d'avis Isabella Lenarduzzi.

L'importance d'un "safe space"

À l'heure où les femmes revendiquent la même place que les hommes dans le monde professionnel, il peut toutefois sembler

"Hors Norme n'est pas un rejet des réseaux masculins ou mixtes, c'est simplement un espace complémentaire pour se retrouver entre nous."

CLÉMENCE BRAUN (HORS NORME)

contradictoire de créer des lieux qui leur sont exclusivement réservés fait remarquer Amélie Jacquemin. La professeure louvaniste plaide plutôt pour des *safe spaces* inclusifs qui accueillent tous les genres. Elle estime que ces environnements, favorisant le respect mutuel et des discussions moins frontales, seraient plus bénéfiques pour la société que des modèles strictement binaires. L'experte souligne que les différences entre hommes et femmes dans l'entrepreneuriat sont moins marquées qu'on ne le pense. "Ce qui est plus pertinent, c'est de voir comment une personne, homme ou femme, peut entreprendre avec une approche plus féminine, en recherchant du sens, du soutien ou des collaborations différentes", argumente-t-elle.

Une idée balayée par Isabella Lenarduzzi : "Je suis tout à fait contre cette vision des choses ! Éviter de parler de l'inégalité entre les femmes et les hommes en se concentrant sur la non-binarité élude des siècles d'infériorité des femmes. Tant qu'il y aura des disparités entre hommes et femmes en termes d'accès aux ressources, de financement et de visibilité dans le monde entrepreneurial, il est absolument fondamental qu'elles continuent à se retrouver dans des espaces de non-mixité choisis. Cela n'empêche pas de se retrouver dans des réseaux mixtes, c'est juste complémentaire."



De la masseuse à la codeuse

Si des préjugés attribuent aux femmes certains métiers spécifiques, les profils et expériences hétéroclites de ces réseaux – de la start-uppeuse débutante de Womade à la CEO chevronnée de Women on Board ou du Club L – montrent qu'elles sont actives dans tous les secteurs : de la communication à la cybersécurité, en passant par la gestion de projets, la finance, l'horeca, le marketing, l'architecture ou encore les cosmétiques bios.

Des réseaux spécifiquement dédiés à sensibiliser les femmes à des secteurs dans lesquels elles sont minoritaires ont aussi émergé. C'est le cas, par exemple, du groupe Perle qui réunit des femmes déjà actives dans le secteur de la construction depuis 1996.

Dans cette optique, Lorena Billi a lancé Furt'her en 2022, un projet pionnier qui se consacre à l'inclusion des femmes dans les technologies émergentes, notamment le Web3 et la blockchain. "Cet environnement très technique est souvent réservé aux développeurs. J'ai répondu à une demande spécifique des femmes qui cherchaient un espace où elles se sentiraient plus à l'aise. J'ai commencé par organiser des conférences axées sur des thèmes comme les NFT, la blockchain dans l'art, les cryptomonnaies, et la communauté" ➔

Trends Tendances

10.10.2024



PRINT MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / NC2839178



s'est développée petit à petit", explique-t-elle. "Ce qui intéresse souvent les femmes dans la blockchain, c'est moins la technique que l'impact sociétal, notamment sur la gestion décentralisée des données. C'est un changement de paradigme qui résonne beaucoup chez elles", nous explique la fondatrice de Furt'her.

Vers l'autonomie numérique

En Belgique, seulement 23 % des femmes suivent des études dans les STEM (Sciences, Technologie, Ingénierie et Mathématiques), et moins de 8 % créent des start-up



dans ce secteur. D'autres initiatives s'inscrivent dans cette démarche d'attirer plus de femmes à s'intéresser au marketing digital, au codage, à l'IA ou encore au design UX. Parmi elles, le "Women Digital Festival" organisé par hub.brussels, les événements proposés par le club "The Future of Tech is Female" (FoTiF) du campus numérique BeCentral, la "Girleek Academy" ou encore le "Womenpreneur Space". Cet espace flambant neuf situé près de la gare du Nord est le premier en Belgique à proposer un programme de formations qualifiantes gratuites pour "les femmes par des femmes" dans les métiers du web, de la cybersécurité, ainsi que dans la réparation d'outils

numériques. Sana Afouaiz, son initiatrice, explique sa démarche : "Se retrouver à seulement deux femmes dans une classe d'une vingtaine d'hommes est souvent synonyme de malaise, d'isolement et de réticence à poser des questions. Et l'inverse est tout aussi vrai. En créant un espace non mixte, nous offrons la possibilité aux femmes de se préparer sereinement et en toute confiance à un milieu professionnel dominé par les hommes."

Ces divers réseaux évoluent actuellement de façon fort fragmentée. Un morcellement qui empêche la création d'une seule communauté bien soudée.

De cette situation peut résulter un



"Ces réseaux permettent de sortir de la solitude que l'on peut ressentir en tant que cheffe d'une petite structure."

SYLVIE DELBERGHE (FASTTRACK)

manque d'efficacité et de la concurrence. Les actrices de terrain ne voient pourtant pas les choses de cette manière. Elles encouragent plutôt la solidarité et le partage d'expériences entre elles. "Chaque réseau possède son propre style, sa propre énergie, il s'agit de trouver celui qui vous correspond le mieux", met en avant la fondatrice de Hors Norme. Pour Sana Afouaiz aussi, cette diversité montre l'importance de la complémentarité des différentes initiatives qui contribuent à un écosystème solidaire dans une ville très cosmopolite comme Bruxelles. L'enjeu principal, selon Isabella Lenarduzzi, est moins la multiplication de ces groupes que le faible nombre d'entrepreneuses en général.

Opportunisme ?

Revers de la médaille : le côté un brin opportuniste de certains réseaux soulève des critiques. Leurs initiatrices profiteraient-elles de l'émulation positive autour de l'entrepreneuriat féminin et de la "mode de l'inclusion" pour en retirer un business lucratif, à coup de subsides régionaux et fédéraux ? Leur business model se base principalement sur des événements payants ou sur les cotisations payées par leurs membres qui y sont admises sur simple candidature ou via un parrainage plus exigeant. Ces memberships varient de quelques centaines d'euros à plus de 1.000 euros dans des clubs plus selectifs.

"Il ne faut pas perdre de vue que les fondatrices de ces réseaux sont aussi des actrices économiques à part entière de l'écosystème entrepreneurial wallon et bruxellois, elles ont besoin d'un modèle pérenne", avancent les coordinatrices de Women in Business. L'offre abondante d'aujourd'hui doit encore se stabiliser. Certains réseaux se consolideront pour répondre à une demande durable. Il va falloir du temps pour arriver à une certaine maturité, mais ces structures continueront à répondre à un besoin.

Et Marie Buron, optimiste, de conclure : "Demain, le critère de genre ne devrait plus faire partie des consciences dans le secteur professionnel. Seuls les talents, l'expertise et les compétences seront les critères de choix. Womanly n'aura alors plus raison d'être." Il faudra toutefois s'armer de patience. Selon l'Unizo et le réseau flamand des femmes indépendantes Vrouwennet, l'égalité entre entrepreneurs masculins et féminins en Belgique ne sera atteinte qu'en... 2081. 🇧🇪

Trends.levif.be

14.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5898824



trends.levif.be

Date: 14-10-2024
Periodicity: Continuous
Journalist: Caroline Lallemand

Circulation: 0
Audience: 53 846

<https://trends.levif.be/entreprises/managers/que-se-trame-t-il-dans-les-reseaux-daffaires-100-feminins/>

Que se trame-t-il dans les réseaux d'affaires 100% féminins ?



Une multitude de réseaux, clubs et espaces de coworking exclusivement dédiés aux femmes ont fleuri ces dernières années à Bruxelles et en Wallonie. Les membres du réseau bruxellois Hors Norme.

Une multitude de réseaux, clubs et espaces de coworking exclusivement dédiés aux femmes ont fleuri ces dernières années à Bruxelles et en Wallonie.

S'adressant à tous les âges, profils et styles, ces communautés attirent un public varié. Qui sont ces femmes actives qui les rejoignent et pourquoi ressentent-elles le besoin de se réunir ? Trends-Tendances a mené l'enquête.

On pourrait presque attribuer à chaque femme un réseau. FCE Hors Norme Womanly The Nine, JUMP Diane Womade Belgian Entrepreneurs, les Fariennes, les Momprenneurs Owit Furt'her, Club'L Women on Board, etc. Une myriade de réseaux et d'espaces de coworking exclusivement dédiés aux entrepreneuses, indépendantes ou dirigeantes d'entreprise coexistent à Bruxelles et en Wallonie. Ils sont soutenus par une ribambelle de formations, d'ateliers thématiques, d'incubateurs financiers et autres, estampillés 100% féminins.

En Belgique, 25% des femmes n'appartiennent à aucun réseau, 53% font partie d'un réseau mixte et 22% d'un réseau non mixte, nous apprend High Her, une organisation bruxelloise qui soutient les entrepreneuses dans leur croissance. Les initiatives du genre sont cependant moins nombreuses dans le sud du pays. "Les Wallonnes ne

Trends.levif.be

14.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5898824



semblent pas encore totalement conscientes des avantages de ce type d'espaces. Le besoin est encore latent", commente Marie Buron, CEO et fondatrice de Womanly, une communauté d'entrepreneuses évoluant au sein de bureaux partagés. "A Bruxelles, la secrétaire d'État à la Transition économique, Barbara Trachte (Ecolo) a lancé des appels à projets pour stimuler l'entrepreneuriat féminin. Ces encouragements sont beaucoup plus timides en Wallonie", constate-t-elle.

Mais que se trame-t-il au cours de ces petits-déjeuners aux noms inspirants – "café NetworQUEEN", "Rise and Shine" – lunchs, "apéros confidences", afterworks, et même retraites étalées sur un week-end ? Un kaléidoscope de profils de femmes actives y discutent de leurs accomplissements et de leurs défis dans leur business, participent à des ateliers pour mieux gérer leurs finances, s'initient aux mécanismes opaques de la blockchain, débattent de "comment briser le plafond de verre" et "combattre le syndrome de l'imposteur".

Elles y créent des synergies, font du troc d'expertise, boostent leur entreprise en y rencontrant de nouveaux clients. Chaque réseau a son propre style, insufflé par sa fondatrice, l'un est sophistiqué, l'autre plus relax. Certaines membres restent fidèles à une seule communauté, d'autres papillonnent de l'une à l'autre au gré de leurs affinités professionnelles et personnelles.

Marie Buron

Fondatrice de Womanly

Comment expliquer ce florissement de réseaux women only ? "L'entrepreneuriat, féminin de surcroît, est assez récent, d'où l'éclosion de ces cercles d'affaires réservés aux femmes", analyse Hanna Bonnier, coordinatrice de Women in Business, la plateforme de soutien à l'entrepreneuriat féminin sous l'égide de hub.brussels, l'Agence bruxelloise pour l'entrepreneuriat. "À Bruxelles, nous avons répertorié 17 réseaux féminins dans notre catalogue des partenaires. Au-delà d'une mode, ils répondent à une demande, à un réel besoin qui n'existait pas il y a 20 ou 30 ans", explique-t-elle.

"C'est avant tout pour libérer la parole", clame Béatrice Delfin Diaz, présidente des FCE (Femmes Chefs d'Entreprises), la plus ancienne association belge qui regroupe depuis 75 ans des entrepreneuses et des dirigeantes de grandes entreprises. "Se retrouver dans un cercle de femmes permet de parler en toute liberté de sujets personnels ou professionnels comme un divorce ou des difficultés financières. Les échanges sont plus naturels et certains sujets sont plus facilement abordés qu'avec des hommes, qui peuvent parfois ne pas être très réceptifs", affirme-t-elle.

Des valeurs centrales véhiculées dans ces communautés reviennent en boucle : solidarité, sororité, entraide, bienveillance... Le baromètre de hub.brussels sur l'entrepreneuriat féminin (2023) le confirme : ces réseaux non mixtes favorisent un soutien profond et authentique.

"Les entrepreneuses y partagent leurs expériences et trouvent des réponses à des besoins spécifiques, tels que la gestion du temps entre vie professionnelle et personnelle", commente Audrey Kamali, coordinatrice de Women in Business. "Beaucoup d'hommes sous-estiment les sujets abordés dans ces cercles", observe de son côté, Isabella Lenarduzzi, fondatrice de Jump qui œuvre à la promotion de l'égalité des genres au travail. "Ils considèrent souvent nos discussions comme superficielles, alors qu'elles sont tout aussi sérieuses que celles des cercles masculins. Cette perception erronée révèle un manque de compréhension des véritables enjeux auxquels les entrepreneuses sont confrontées", regrette-t-elle.

Béatrice Delfin Diaz,

présidente des FCE belges.

Amélie Jacquemin, professeure en management à l'UCLouvain, donne une autre explication à cette tendance :

Trends.levif.be

14.10.2024

**WEB MEDIA**
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5898824

“Un nouveau rôle est apparu dans l'accompagnement entrepreneurial : celui du mentor, qui se distingue du coach ou de l'expert en apportant un soutien plus personnel et émotionnel. Cette dynamique semble particulièrement importante pour les femmes qui entreprennent pour des raisons profondes, souvent liées à une quête de sens”.

Des études prouvent que les femmes retirent davantage de bénéfices du mentorat que les hommes. On ne crée toutefois pas un tel réseau sans un certain charisme et de l'expertise, alerte la professeure louvaniste. “Les personnes qui suivent ces entrepreneuses doivent avoir l'expérience et les compétences pour répondre à leurs aspirations”, estime-t-elle.

“Une femme qui se lance dans l'entrepreneuriat après une longue carrière professionnelle et qui cherche un sens à son projet ne bénéficiera pas forcément d'un accompagnement efficace par un jeune diplômé de 23 ans. Beaucoup d'entrepreneuses m'ont rapporté que le soutien qu'elles avaient reçu n'était pas en phase avec leurs attentes, souvent parce que le profil des accompagnatrices ne correspondait pas à leurs besoins”, ajoute l'experte en management.

Force est de constater que ces réseaux regroupent de nombreuses entrepreneuses qui œuvrent en solo. Isolées, elles trouvent dans ces cercles un soutien psychologique et des oreilles attentives. “J'adore être indépendante, et même si j'ai des employés et un associé, j'ai besoin de rencontrer des gens. Ces réseaux permettent de sortir de la solitude que l'on peut ressentir en tant que cheffe d'une petite structure”, témoigne Sylvie Delberghe, CEO de la société de conseil en transformation organisationnelle FastTrack

Sylvie Delberghe

CEO de FastTrack

Membre du réseau bruxellois Hors Norme, elle nous confie apprécier sa variété de profils, les échanges sans prise de tête, et l'atmosphère plus décontractée que dans d'autres cercles plus guindés. “Nous ne sommes pas cantonnées aux discussions typiques des cercles féminins, comme le syndrome de l'imposteur ou la prise de parole en public. Nous ne sommes pas non plus encouragées à suivre à tout prix les modèles de réussite masculins. Des membres ont monté leur entreprise de manière différente, en cassant les codes, sans lever de fonds ou en évitant certaines démarches classiques, c'est très enrichissant d'en discuter ensemble”, ajoute la cheffe d'entreprise.

En Belgique, 35% des indépendants sont des femmes, selon les données du SPF Economie. Si l'entrepreneuriat féminin progresse, des enjeux tels que la rentabilité et les disparités de revenus subsistent encore, souligne le réseau Diane de l'UCM. Cinquante-deux pour cent des indépendantes à titre principal ont ainsi un revenu annuel inférieur à 20.000 euros ressort-il de son Baromètre de l'entrepreneuriat féminin (2023) . Ce risque accru de précarité financière auquel elles sont exposées nuit à leur capacité d'obtenir des financements.

Dans ce contexte, le networking revêt toute son importance. Le manque de capital social étant encore bien souvent une barrière à se lancer. “La répartition inégale des tâches domestiques limite le temps que les femmes peuvent consacrer au développement de leur réseau professionnel, contrairement à leurs collègues masculins. Ce qui engendre un manque de soutien tant humain que financier pour développer leur projet”, explique l'expert en management de l'UCLouvain Frank Janssen.

Isabella Lenarduzzi

Fondatrice de JUMP

Les femmes ont en effet moins facilement accès à des financements et à des levées de fonds. En Europe, sur 100 milliards levés en capital-risque en 2023, seulement 1,8 % a été attribué à des fondatrices, révèle l'entreprise de données financières Pitchbook . “Lorsqu'il s'agit de lever des fonds, partager ses expériences entre femmes

Trends.levif.be

14.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5898824



est crucial", insiste Isabella Lenarduzzi. C'est dans ce but que High Her a lancé sa "Money Academy". "Notre formation intensive de 10 semaines aborde des thématiques comme la négociation, la fiscalité, la planification financière ou encore la préparation d'un pitch devant des investisseurs", détaille sa CEO, Juliette Malherbe.

Pas question pour autant d'exclure complètement les hommes. Les études démontrent d'ailleurs que la mixité est positivement corrélée à tous les indicateurs de performance financiers et organisationnels. Clémence Braun a fondé le réseau bruxellois Hors Norme – dont elle vient de passer le flambeau – en 2021. Il compte plus de 130 membres et une communauté de plus de 500 femmes. Celle qui plébiscite le look jeans-t-shirt-baskets à l'opposé du costard cravate des cercles d'affaires masculins classiques se déclare tout à fait ouverte à la mixité.

"Hors Norme n'est pas un rejet des réseaux masculins ou mixtes, c'est simplement un espace complémentaire pour se retrouver entre nous, stipule-t-elle. Un réseau féminin est formidable, mais ce n'est pas une raison pour éviter les réseaux mixtes. Les hommes peuvent aussi apporter beaucoup à notre parcours. Mais il y a quelque chose de particulier dans l'énergie qui se dégage lorsqu'on se regroupe entre femmes. C'est un peu comme la différence entre un dîner entre copines et un dîner mixte, les échanges ne sont pas les mêmes, les dynamiques sont différentes."

Clémence Braun

Fondatrice de Hors Norme

Chez Womanly, cet état d'esprit est aussi prégnant. "Ce que les femmes viennent chercher, c'est un mindset, un partage d'expériences, une atmosphère d'émulation et une belle sororité", explique Marie Buron. "L'objectif de la non-mixité n'est pas de créer de l'entre-soi, mais de permettre aux femmes de prendre la place qu'on leur a si longtemps niée. La non-mixité est le passage obligé pour atteindre l'égalité", est d'avis Isabella Lenarduzzi.

À l'heure où les femmes revendiquent la même place que les hommes dans le monde professionnel, il peut toutefois sembler contradictoire de créer des lieux qui leur sont exclusivement réservés fait remarquer Amélie Jacquemin. La professeure louvaniste plaide plutôt pour des safe spaces inclusifs qui accueillent tous les genres. Elle estime que ces environnements, favorisant le respect mutuel et des discussions moins frontales, seraient plus bénéfiques pour la société que des modèles strictement binaires. L'experte souligne que les différences entre hommes et femmes dans l'entrepreneuriat sont moins marquées qu'on ne le pense. "Ce qui est plus pertinent, c'est de voir comment une personne, homme ou femme, peut entreprendre avec une approche plus féminine, en recherchant du sens, du soutien ou des collaborations différentes", argumente-t-elle.

Une idée balayée par Isabella Lenarduzzi : "Je suis tout à fait contre cette vision des choses ! Éviter de parler de l'inégalité entre les femmes et les hommes en se concentrant sur la non-binarité élude des siècles d'infériorité des femmes. Tant qu'il y aura des disparités entre hommes et femmes en termes d'accès aux ressources, de financement et de visibilité dans le monde entrepreneurial, il est absolument fondamental qu'elles continuent à se retrouver dans des espaces de non-mixité choisie. Cela n'empêche pas de se retrouver dans des réseaux mixtes, c'est juste complémentaire."

Si des préjugés attribuent aux femmes certains métiers spécifiques, les profils et expériences hétéroclites de ces réseaux – de la start-uppeuse débutante de Womade à la CEO chevronnée de Women on Board ou du Club L – montrent qu'elles sont actives dans tous les secteurs : de la communication à la cybersécurité, en passant par la gestion de projets, la finance, l'horeca, le marketing, l'architecture ou encore les cosmétiques bios.

Des réseaux spécifiquement dédiés à sensibiliser les femmes à des secteurs dans lesquels elles sont minoritaires ont aussi émergé. C'est le cas, par exemple, du groupe Perle qui réunit des femmes déjà actives dans le secteur de la construction depuis 1996. Dans cette optique, Lorena Billi a lancé Furt'her en 2022, un projet pionnier qui se

Trends.levif.be

14.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5898824



consacre à l'inclusion des femmes dans les technologies émergentes, notamment le Web3 et la blockchain. "Cet environnement très technique est souvent réservé aux développeurs. J'ai répondu à une demande spécifique des femmes qui cherchaient un espace où elles se sentiraient plus à l'aise. J'ai commencé par organiser des conférences axées sur des thèmes comme les NFT, la blockchain dans l'art, les cryptomonnaies, et la communauté s'est développée petit à petit", explique-t-elle. "Ce qui intéresse souvent les femmes dans la blockchain, c'est moins la technique que l'impact sociétal, notamment sur la gestion décentralisée des données. C'est un changement de paradigme qui résonne beaucoup chez elles", nous explique la fondatrice de Furt'her.

En Belgique, seulement 23 % des femmes suivent des études dans les STEM (Sciences, Technologie, Ingénierie et Mathématiques), et moins de 8 % créent des start-up dans ce secteur. D'autres initiatives s'inscrivent dans cette démarche d'attirer plus de femmes à s'intéresser au marketing digital, au codage, à l'IA ou encore au design UX. Parmi elles, le "Women Digital Festival" organisé par hub.brussels, les événements proposés par le club "The Future of Tech is Female" (FoTiF) du campus numérique BeCentral, la "Girleek Academy" ou encore le "Womenpreneur Space".

Cet espace flambant neuf situé près de la gare du Nord est le premier en Belgique à proposer un programme de formations qualifiantes gratuites pour "les femmes par des femmes" dans les métiers du web, de la cybersécurité, ainsi que dans la réparation d'outils numériques. Sana Afouaiz, son initiatrice, explique sa démarche : "Se retrouver à seulement deux femmes dans une classe d'une vingtaine d'hommes est souvent synonyme de malaise, d'isolement et de réticence à poser des questions. Et l'inverse est tout aussi vrai. En créant un espace non mixte, nous offrons la possibilité aux femmes de se préparer sereinement et en toute confiance à un milieu professionnel dominé par les hommes."

Ces divers réseaux évoluent actuellement de façon fort fragmentée. Un morcellement qui empêche la création d'une seule communauté bien soudée. De cette situation peut résulter un manque d'efficacité et de la concurrence. Les actrices de terrain ne voient pourtant pas les choses de cette manière. Elles encouragent plutôt la solidarité et le partage d'expériences entre elles. "Chaque réseau possède son propre style, sa propre énergie, il s'agit de trouver celui qui vous correspond le mieux", met en avant la fondatrice de Hors Norme.

Pour Sana Afouaiz aussi, cette diversité montre l'importance de la complémentarité des différentes initiatives qui contribuent à un écosystème solidaire dans une ville très cosmopolite comme Bruxelles. L'enjeu principal, selon Isabella Lenarduzzi, est moins la multiplication de ces groupes que le faible nombre d'entrepreneuses en général.

Revers de la médaille : le côté un brin opportuniste de certains réseaux soulève des critiques. Leurs initiatrices profiteraient-elles de l'émulation positive autour de l'entrepreneuriat féminin et de la "mode de l'inclusion" pour en retirer un business lucratif, à coup de subsides régionaux et fédéraux ? Leur business model se base principalement sur des événements payants ou sur les cotisations payées par leurs membres qui y sont admises sur simple candidature ou via un parrainage plus exigeant. Ces memberships varient de quelques centaines d'euros à plus de 1.000 euros dans des clubs plus select.

"Il ne faut pas perdre de vue que les fondatrices de ces réseaux sont aussi des actrices économiques à part entière de l'écosystème entrepreneurial wallon et bruxellois, elles ont besoin d'un modèle pérenne", avancent les coordinatrices de Women in Business. L'offre abondante d'aujourd'hui doit encore se stabiliser. Certains réseaux se consolideront pour répondre à une demande durable. Il va falloir du temps pour arriver à une certaine maturité, mais ces structures continueront à répondre à un besoin.

Et Marie Buron, optimiste, de conclure : "Demain, le critère de genre ne devrait plus faire partie des consciences dans le secteur professionnel. Seuls les talents, l'expertise et les compétences seront les critères de choix. Womanly n'aura alors plus raison d'être." Il faudra toutefois s'armer de patience. Selon l'Unizo et le réseau

Trends.levif.be

14.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5898824



flamand des femmes indépendantes Vrouwennet, l'égalité entre entrepreneurs masculins et féminins en Belgique ne sera atteinte qu'en... 2081.

Mediaspecs.be

16.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5906305

JUMP
Promoting gender equality, enhancing the workplace



www.mediaspecs.be/fr

Date: **16-10-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **0**
Audience: **1 000**

<https://www.mediaspecs.be/fr/belgian-corp-comm-summit-les-dernieres-tendances-sociales-et-leur-impact-sur-la-communication-dentreprise/>

Belgian Corp Comm Summit : les dernières tendances sociétales et leur impact sur la communication d'entreprise



Comme le veut la tradition, les présentations et débats seront suivis par une réception, l'occasion de consolider son réseau.

Le 21 novembre 2024, à partir de 17h30, C Square, la Communauté de la communication corporate organise son 9ème « Corp Comm Summit », au Proximus

Lounge à Evere . Dans ce monde VUCA en pleine mutation, y a-t-il des tendances qui ébranlent la profession de la communication d'entreprise dans ses fondements ? En tant qu'association professionnelle, nous voulons explorer cette question, avec l'aide d'un observateur des tendances et d'une série d'experts influents.

Herman Konings , analyste des tendances et psychologue du changement, présentera les trois sujets abordés lors de ce sommet annuel et donnera son point de vue sur la manière dont l'activisme et la polarisation, la génération Z et la numérisation/l'IA changent le monde. Chacune des trois tendances sera ensuite examinée plus en détail.

Julien De Wit , de la génération Z, n'est pas seulement un expert par expérience, mais aussi un expert en communication, un auteur et un chroniqueur. Il évoquera l'influence de sa génération sur ces problématiques.

Afin d'explorer la manière dont les professionnels de la communication gèrent l'activisme et la polarisation, différents points de vue seront mis en évidence lors d'une discussion animée par Luigi Sementilli . Nous

Mediaspecs.be

16.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5906305

JUMP
Promoting gender equality, enhancing the workplace

accueillerons un panel mixte composé d' Isabella Lenarduzzi , entrepreneuse sociale, et de Colas van Moorsel , activiste climatique et spécialiste de la communication. Nous donnons également la parole à Marielle Rogie , responsable de la communication et du marketing à Brussels Airport Company, et à Joeri Thijs , porte-parole de Greenpeace. Des professionnels renommés et diversifiés, avec leurs propres opinions.

Enquête sur l'IA

Pour soutenir le thème de la numérisation et de l'IA, C Square annoncera les résultats de l'enquête menée auprès de ses membres sur l'impact de l'IA sur le secteur de la communication d'entreprise. Nous contacterons quelques cracks de la profession pour qu'ils nous fassent part de leurs commentaires sur ces résultats.

L'enquête sur l'IA peut encore être complétée jusqu'à le 28 d'Octobre via ce lien.

Veerle Van Mierlo , présidente de C Square, la communauté Corp Comm : « La vitesse et la multitude des changements vont croissant, y compris dans nos métiers. Les tendances sociétales que nous aborderons lors du 9e sommet C Square ne sont pas seulement des défis, mais aussi des opportunités pour notre profession. Il est essentiel qu'en tant qu'experts en communication, nous redéfinissions notre rôle et que nous nous adaptions aux exigences d'une société de plus en plus complexe. Lors du sommet, nous souhaitons engager un dialogue sur l'activisme, la numérisation et les perspectives uniques de la génération Z, afin d'avoir un impact positif sur nos organisations et sur la communauté au sens large . »



Mediaspecs.be

16.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5906186

JUMP
Promoting gender equality, enhancing the workplace



www.mediaspecs.be/nl

Date: **16-10-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **0**
Audience: **1 000**

<https://www.mediaspecs.be/belgian-corp-comm-summit-maatschappelijke-trends-met-impact-op-corporate-communicatie/>

Belgian Corp Comm Summit: maatschappelijke trends met impact op Corporate Communicatie



Op 21 november 2024 organiseert C Square the Corp Comm Community haar 9ste “ Corp Comm Summit ”, in de Proximus Lounge in Evere . In deze snel

veranderende VUCA wereld, zijn er trends die het vak van corporate communicatie doen daveren op zijn grondvesten? Als vakvereniging willen we dit onderzoeken, geholpen door een trendwatcher en een aantal experts.

Herman Konings , trendanalist en veranderpsycholoog, leidt de drie trends die we voor ogen hebben in, en geeft zijn kijk op hoe activisme en polarisatie, Gen Z en digitalisering / AI de wereld wijzigen. Elk van de drie trends wordt daarna verder uitgediept.

Gen Z'er Julien De Wit , is niet enkel ervaringsdeskundige, maar ook communicatie-expert, auteur en columnist. Hij fileert de invloed van zijn generatie.

Om na te gaan hoe professionals omgaan met activisme en polarisatie laten we verschillende kanten belichten in een panelgesprek dat wordt gemodereerd door Luigi Sementilli . We luisteren naar een gemengd panel, samengesteld uit Isabella Lenarduzzi , sociaal ondernemer, en Colas van Moorsel , klimaatactivist en communicatiespecialist. Daarnaast geven we ook het woord aan Marielle Rogie , Head of Communication and

Mediaspecs.be

16.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5906186



Marketing at Brussels Airport Company en Joeri Thijs , woordvoerder van Greenpeace. Een gevarieerde set aan gerenommeerde professionals met een eigen mening.

AI survey

Om het thema van digitalisering en AI te belichten, zal C Square de resultaten van de tweede bevraging naar de impact van AI op de sector van corporate communicatie presenteren, met becommentariëren door enkele krakken in het vak uit bekende bedrijven.

Deelnemen aan de AI survey kan vóór 28 oktober via deze link.

Uiteraard wordt het inhoudelijke gedeelte gevolgd door een netwerkmoment en receptie.

Veerle Van Mierlo , voorzitter C Square, the Corp Comm Community: " De snelheid en veelheid aan veranderingen neemt toe, ook in ons vak. De maatschappelijke trends die we op de 9de C Square Summit onder de loep nemen, zijn niet alleen uitdagingen, maar ook kansen voor ons vakgebied. Het is cruciaal dat we als communicatiedeskundigen onze rol herdefiniëren en ons aanpassen aan de eisen van een steeds complexere samenleving. Tijdens de Summit willen we de dialoog aangaan over activisme, digitalisering en de unieke perspectieven van Generatie Z, en zo een positieve impact maken op onze organisaties en de bredere gemeenschap. "

Pub.be

16.10.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 5905886



www.pub.be

Date: **16-10-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **0**
Audience: **1 400**

<https://pub.be/nl/9de-c-square-summit-maatschappelijke-trends-met-impact-op-corporate-communicatie/>

9de C Square Summit: maatschappelijke trends met impact op Corporate Communicatie

Op 21 november 2024 organiseert C Square , the Corp Comm Community, haar 9ste "Corp Comm Summit" in de Proximus Lounge in Evere.

In deze snel veranderende VUCA wereld, zijn er trends die het vak van corporate communicatie doen daveren op zijn grondvesten? Als vakvereniging wil C Square dit onderzoeken, geholpen door een trendwatcher en een aantal experts.

Herman Konings , trendanalist en veranderpsycholoog, leidt de drie trends die we voor ogen hebben in en geeft zijn kijk op hoe activisme en polarisatie, Gen Z en digitalisering/AI de wereld wijzigen. Elk van de drie trends wordt daarna verder uitgediept. Gen Z'er Julien De Wit is niet enkel ervaringsdeskundige, maar ook communicatie-expert, auteur en columnist. Hij fileert de invloed van zijn generatie.

Om na te gaan hoe professionals omgaan met activisme en polarisatie laat C Square verschillende kanten belichten in een panelgesprek dat wordt gemodereerd door Luigi Sementilli . Het panel bestaat uit een mix van stemmen, waaronder Isabella Lenarduzzi , sociaal ondernemer, en Colas van Moorsel , klimaatactivist en communicatiespecialist. Daarnaast krijgen ook Marielle Rogie , head of communication and marketing van Brussels Airport Company , en Joeri Thijs , woordvoerder van Greenpeace het woord. Een gevarieerde set aan gerenommeerde professionals met een eigen mening.

Om het thema van digitalisering en AI te belichten, zal C Square de resultaten van de tweede bevraging naar de impact van AI op de sector van corporate communicatie presenteren, becommentarieerd door enkele krakken in het vak uit bekende bedrijven (ter herinnering: de AI survey kan nog worden ingevuld via deze link). Het inhoudelijke gedeelte wordt gevolgd door een netwerkmoment en receptie.

De snelheid en veelheid aan veranderingen neemt toe, ook in ons vak. De maatschappelijke trends die we op de 9de C Square Summit onder de loep nemen, zijn niet alleen uitdagingen, maar ook kansen voor ons vakgebied. Het is cruciaal dat we als communicatiedeskundigen onze rol herdefiniëren en ons aanpassen aan de eisen van een steeds complexere samenleving. Tijdens de Summit willen we de dialoog aangaan over activisme, digitalisering en de unieke perspectieven van Generatie Z, en zo een positieve impact maken op onze organisaties en de bredere gemeenschap," zegt Veerle Van Mierlo , voorzitter van C Square.

Inschrijven kan via de website . C Square leden betalen 99€, niet leden 199€ (telkens exclusief BTW). Voor studenten is een specifieke formule uitgewerkt.

Mediaspecs.be

21.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038048



www.mediaspecs.be/fr

Date: 22-11-2024
Periodicity: Continuous
Journalist: -

Circulation: 0
Audience: 1 000

<https://www.mediaspecs.be/fr/csquare-summit-2024-repenser-la-communication-a-lere-de-la-polarisation-de-lia-et-de-la-generation-z/>

CSquare Summit 2024 : repenser la communication à l'ère de la polarisation, de l'IA et de la génération Z



La génération Y et la génération Z, selon Herman Konings Julien De Wit & Herman Konings : les défis et les réalités de la génération Z

Ce jeudi 21 novembre a eu lieu le Summit, édition 2024, organisé par CSquare. Luigi Sementilli, enseignant, communicateur et maître de cérémonie, introduit une réflexion sur les défis de la communication dans un monde en constante évolution. Cette année, aux côtés d'experts, il appelle à repenser ensemble la manière de communiquer et d'agir dans une société de plus en plus numérisée et complexe.

Herman Konings, Change Psychologist & Trend Analyst, était présent dans la salle du Proximus Lounge pour nous parler des générations d'aujourd'hui.

Les générations Y (Millennials) et Z se distinguent par une nouvelle manière de concevoir leur existence et leur place dans un monde de plus en plus globalisé, numérisé et interconnecté. Ces deux générations ont grandi dans un environnement où l'information circule rapidement, où les interactions sociales se font en ligne et où les normes sociales sont en constante évolution. Elles sont donc confrontées à des défis différents de ceux des générations précédentes, qui étaient plus ancrées dans des modèles traditionnels et linéaires de vie.

La quête d'authenticité et la remise en question des standards traditionnels

Mediaspecs.be

21.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038048



Dans un monde numérique, où chacun peut se réinventer à travers les réseaux sociaux, l'idée d'une identité stable devient obsolète. Les jeunes naviguent entre différentes influences culturelles et communautés, adoptant une approche flexible et expérimentale de leur parcours. Leur identité évolue constamment, redéfinie par la consommation de contenu en ligne. Cette fluidité se reflète dans leurs valeurs, leurs relations et leurs engagements sociaux, brouillant la frontière entre le personnel et le collectif.

Contrairement aux générations passées, les jeunes générations cherchent à s'épanouir selon leurs propres critères, rejetant la productivité incessante et la consommation aveugle. Ils privilégient l'authenticité et l'indépendance, et rejettent les idéaux traditionnels de réussite matérielle, comme le travail, l'achat d'une maison ou le mariage. Leur vision du succès se définit par des expériences personnelles plutôt que par l'accumulation de biens matériels, et ils aspirent à vivre en dehors des sentiers battus, loin des attentes sociales et extérieures.

Le « sex, drugs and rock'n'roll » revisité

La phrase « sex, drugs, and rock'n'roll » symbolisait la rébellion des années 60-70, avec une recherche d'évasion par des comportements excessifs. Aujourd'hui, les générations Y et Z réinterprètent cette rébellion de manière plus subtile, en défiant les normes sociales à travers la création de nouveaux codes esthétiques, la redéfinition de l'identité sexuelle et de genre, et une fluidité des rôles sociaux. L'accès à Internet et aux réseaux sociaux permet à ces jeunes de se réinventer constamment, d'explorer des sujets tabous et de réinterpréter cette maxime en fonction de leurs expériences personnelles, avec une quête d'identité plus complexe, influencée par des valeurs culturelles variées.

Une culture de l'instant et une quête de sens

Les générations Y et Z, immergées dans l'instantanéité des nouvelles technologies, vivent une accélération constante des expériences grâce à un accès immédiat à l'information et au divertissement. Cependant, cette surabondance génère souvent un « burn-out numérique », où l'illusion de liberté se heurte à une vie fragmentée et exigeante. Malgré cela, ces jeunes cherchent un sens profond à leurs actions, s'engageant activement pour des causes sociales, écologiques et politiques, dans une quête d'authenticité et de connexion réelle, au-delà de l'individualisme numérique.

La soirée s'est poursuivie par un dialogue entre Herman Konings et Julien De Wit (auteur, chroniqueur, publiciste et conférencier). Les discussions portaient principalement sur les défis et les réalités de la génération Z, en particulier en matière d'identité, de pression sociale et d'engagement professionnel.

La génération Z évolue dans une société marquée par une identité malléable mais sous pression. Face aux attentes sociales et à la comparaison constante amplifiée par les réseaux sociaux, les jeunes oscillent entre autonomie et paralysie, accablés par des préoccupations climatiques, sociales et politiques.

En matière d'engagement, cette génération, bien qu'investie dans des causes globales, sélectionne souvent ses combats en fonction de contraintes économiques et personnelles. Les entreprises, conscientes de ces tensions, doivent aller au-delà des promotions superficielles pour offrir des environnements alignés sur leurs valeurs, favorisant une identification sincère et durable avec leur mission.

Eveline De Ridder, vice-présidente du CSquare, a présenté les résultats d'une étude réalisée sur l'intelligence artificielle dans la communication et les entreprises. Voici ce qui en est retiré :

L'IA gagne du terrain dans le secteur de la communication en 2024, bien que son adoption reste prudente comparée à des domaines comme le marketing. 43 % des professionnels la voient comme un outil en évolution, mais hésitent à l'intégrer pleinement.

L'IA suscite des débats sur son impact financier : elle pourrait réduire les coûts en limitant le recours à des

Mediaspecs.be

21.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038048



freelances et agences externes, mais la question de répercuter ou non les investissements IA dans les tarifs divise les professionnels. Certains plaident pour des prix ajustés à ces outils, tandis que d'autres soulignent les gains d'efficacité qu'elle apporte, justifiant un maintien ou une baisse des coûts.

Enfin, l'IA est perçue comme un levier d'efficacité majeur, capable d'optimiser les processus et de répondre à des attentes de rapidité et de qualité, bien que cela alimente des tensions sur la répartition des bénéfices entre agences, freelances et clients.

Marielle Rogie (responsable de la communication et du marketing à Brussels Airport), Colas Van Moorsel (professeur à l'IHECS et fondateur de la chaîne « autrement »), Isabella Lenarduzzi (fondatrice et directrice de JUMP) et Joeri Thijs (porte-parole et conseiller politique de Greenpeace Belgique) ont partagé tous ensemble un dialogue sur la manière dont les entreprises communiquent face aux enjeux sociétaux et environnementaux, avec un accent particulier sur la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et la gestion des crises.

Voici ce que nous pouvons retenir de ce panel discussion :

La communication joue un rôle clé dans la gestion des crises sociétales, et doit être anticipée et planifiée, plutôt que réactive. Une approche proactive permet de mieux gérer les crises et de renforcer la crédibilité des entreprises. Face à la polarisation croissante, les entreprises doivent écouter les activistes de manière respectueuse et éviter les actions opportunistes, sous peine de perdre leur légitimité. Leur communication doit s'inscrire dans un engagement authentique et à long terme, visant à favoriser des changements réels tout en évitant les discours polarisants.

Pour les communicants de demain, trois compétences sont essentielles :

Comprendre les enjeux systémiques pour intégrer la complexité dans les récits.

Imaginer des visions positives pour rendre la transition écologique désirable.

Développer un esprit critique face à l'information massive et aux débats polarisés.

Les communicants doivent non seulement mieux informer, mais aussi contribuer à transformer les récits collectifs pour encourager l'action.

Le Summit 2024 a mis en évidence les défis actuels de la communication dans un monde de plus en plus complexe. Les discussions ont souligné l'importance d'une communication proactive et authentique, notamment face aux enjeux sociétaux, environnementaux et à la polarisation. L'adoption de l'IA, l'engagement des jeunes générations et la nécessité pour les entreprises de s'engager de manière durable ont été des points clés, appelant à une évolution des pratiques pour favoriser un changement réel et significatif.



La génération Y et la génération Z, selon Herman Konings Julien De Wit & Herman Konings : les défis et les réalités de la génération Z

Mediaspecs.be

21.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038048



La génération Y et la génération Z, selon Herman Konings Julien De Wit & Herman Konings : les défis et les réalités de la génération Z



La génération Y et la génération Z, selon Herman Konings Julien De Wit & Herman Konings : les défis et les réalités de la génération Z



La génération Y et la génération Z, selon Herman Konings Julien De Wit & Herman Konings : les défis et les réalités de la génération Z



Mediaspecs.be

21.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038296



www.mediaspecs.be/nl

Date: **22-11-2024**
Periodicity: **Continuous**
Journalist: -

Circulation: **0**
Audience: **1 000**

<https://www.mediaspecs.be/csquare-summit-2024-een-andere-kijk-op-communicatie-in-het-tijdperk-van-polarisatie-ai-en-gen-z/>

CSquare Summit 2024: een andere kijk op communicatie in het tijdperk van polarisatie, AI en Gen Z



Gen Y en Gen Z, volgens Herman Konings Julien De Wit & Herman Konings: de uitdagingen en realiteit van Gen Z

CSquare organiseerde op donderdag 21 november de CSquare Summit 2024 Luigi Sementilli , docent, communicator en ceremoniemeester, gaf een inleiding

over de uitdagingen van communicatie in een steeds veranderende wereld. Dit jaar roept hij ons, samen met een aantal experts, op om na te denken over de manier waarop we communiceren en handelen in een steeds meer gedigitaliseerde en complexe samenleving.

Herman Konings , Change Psychologist & Trend Analyst, was aanwezig in de Proximus Lounge om met ons te praten over de huidige generaties.

Generaties Y (Millennials) en Z worden gekenmerkt door een nieuwe manier van denken over hun bestaan en hun plaats in een steeds meer geglobaliseerde, gedigitaliseerde en onderling verbonden wereld. Deze twee generaties zijn opgegroeid in een omgeving waar informatie snel circuleert, waar sociale interacties online plaatsvinden en waar sociale normen voortdurend veranderen. Ze staan daarom voor andere uitdagingen dan de vorige generaties, die meer geworteld waren in traditionele, lineaire levensmodellen.

De zoektocht naar authenticiteit en het uitdagen van traditionele standaarden

Mediaspecs.be

21.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038296



In een digitale wereld, waar iedereen zichzelf opnieuw kan (her)uitvinden via sociale netwerken, raakt het idee van een stabiele identiteit achterhaald. Jongeren bewegen zich tussen verschillende culturele invloeden en gemeenschappen, en benaderen hun leven op een flexibele en experimentele manier. Hun identiteit ontwikkelt zich voortdurend en wordt opnieuw gedefinieerd door de consumptie van online content. Deze vloeibaarheid wordt weerspiegeld in hun waarden, relaties en sociale verplichtingen, waardoor de grens tussen het persoonlijke en het collectieve vervaagt.

In tegenstelling tot vorige generaties zoeken de jongere generaties voldoening op hun eigen voorwaarden en verwerpen ze meedogenloze productiviteit en ongebreideld consumptisme. Ze geven de voorkeur aan authenticiteit en onafhankelijkheid en verwerpen de traditionele idealen van materieel succes, zoals werken, een huis kopen of trouwen. Hun visie op succes wordt bepaald door persoonlijke ervaringen in plaats van het vergaren van materiële goederen. Ze streven ernaar om buiten de gebaande paden te leven, weg van sociale en externe verwachtingen.

“Seks, drugs en rock'n'roll” herbekeken

De uitdrukking “seks, drugs en rock-'n-roll” symboliseerde de rebellie van de jaren 60 en 70, met een zoektocht naar ontsnapping door buitensporig gedrag. Vandaag de dag herinterpreteren de generaties Y en Z deze rebellie op een subtielere manier, waarbij ze sociale normen uitdagen door nieuwe esthetische codes te creëren, seksuele en genderidentiteit opnieuw te definiëren en sociale rollen te vervagen. Toegang tot het internet en sociale netwerken stelt deze jongeren in staat om zichzelf voortdurend opnieuw uit te vinden, om taboeonderwerpen te verkennen en om deze stelregel te herinterpreteren op basis van hun persoonlijke ervaringen, met een complexere zoektocht naar identiteit, beïnvloed door een verscheidenheid aan culturele waarden.

Een 'instant' cultuur en de zoektocht naar betekenis

Generaties Y en Z, ondergedompeld in de onmiddellijkheid van nieuwe technologieën, ervaren een constante versnelling van ervaringen dankzij de onmiddellijke toegang tot informatie en entertainment. Deze overvloed leidt echter vaak tot een 'digitale burn-out', waarbij de illusie van vrijheid botst met een gefragmenteerd en veeleisend leven. Desondanks zijn deze jonge mensen op zoek naar een diepere betekenis in hun handelen en raken ze actief betrokken bij sociale, ecologische en politieke doelen, in een zoektocht naar authenticiteit en echte verbinding die verder gaat dan digitaal individualisme.

De avond werd vervolgd met een dialoog tussen Herman Konings en Julien De Wit (auteur, columnist, publicist en docent). De discussies gingen over de uitdagingen en realiteiten van Generatie Z, met name op het gebied van identiteit, sociale druk en professionele betrokkenheid.

Generatie Z ontwikkelt zich in een maatschappij die gekenmerkt wordt door een identiteit die kneedbaar is maar onder druk staat. Geconfronteerd met sociale verwachtingen en voortdurende vergelijking, versterkt door sociale netwerken, schommelen jongeren tussen autonomie en verlamming, overweldigd door klimaat-, sociale en politieke zorgen.

Hoewel deze generatie zich inzet voor mondiale doelen, kiest ze haar strijd vaak op basis van economische en persoonlijke beperkingen. Bedrijven, die zich bewust zijn van deze spanningen, moeten verder gaan dan oppervlakkige promoties om een omgeving aan te bieden die in lijn is met hun waarden en die een oprechte en blijvende identificatie met hun missie aanmoedigt.

Eveline De Ridder, vicevoorzitter van CSquare, presenteerde de resultaten van een onderzoek naar artificiële intelligentie in communicatie en business. Dit is wat eruit naar voren kwam:

Mediaspecs.be

21.11.2024

**WEB MEDIA**
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6038296

AI wint terrein in de communicatiesector in 2024, hoewel de adoptie ervan voorzichtig blijft in vergelijking met gebieden zoals marketing. 43% van de professionals ziet het als een evoluerende tool, maar is terughoudend om het volledig te integreren.

AI leidt tot discussie over de financiële impact ervan: het zou de kosten kunnen verlagen door het gebruik van freelancers en externe bureaus te beperken, maar de vraag of AI-investeringen wel of niet moeten worden doorgerekend in tarieven, verdeelt professionals. Sommigen pleiten voor prijzen die zijn aangepast aan deze tools, terwijl anderen de nadruk leggen op de efficiëntiewinst die ze met zich meebrengen, waardoor handhaving of verlaging van de kosten gerechtvaardigd is.

Tot slot wordt AI gezien als een belangrijke hefboom voor efficiëntie, waarmee processen kunnen worden geoptimaliseerd en aan de verwachtingen voor snelheid en kwaliteit kan worden voldaan, hoewel dit de spanningen over de verdeling van de voordelen tussen bureaus, freelancers en klanten aanwakkert.

Marielle Rogie (hoofd communicatie en marketing van Brussels Airport), Colas Van Moorsel (professor aan het IHECS en oprichter van de zender 'autrement'), Isabella Lenarduzzi (oprichter en directeur van JUMP) en Joeri Thijs (woordvoerder en beleidsadviseur bij Greenpeace België) wisselden van gedachten over hoe bedrijven communiceren over maatschappelijke en milieukwesties, met een bijzondere focus op maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en crisisbeheer.

Dit is wat we kunnen leren van deze paneldiscussie:

Communicatie speelt een sleutelrol in het beheersen van maatschappelijke crisissen en moet worden geanticipeerd en gepland in plaats van reactief te zijn. Een proactieve aanpak maakt het mogelijk om deze situaties effectiever te beheersen en de geloofwaardigheid van bedrijven te versterken. In het licht van toenemende polarisatie moeten bedrijven op een respectvolle manier naar activisten luisteren en opportunistische acties vermijden, anders lopen ze het risico hun legitimiteit te verliezen. Hun communicatie moet deel uitmaken van een authentiek engagement op lange termijn, gericht op het aanmoedigen van echte verandering terwijl polariserende retoriek wordt vermeden.

Voor de communicatie professionals van morgen zijn drie vaardigheden essentieel:

Het begrijpen van structurele en methodische problemen om de complexiteit ervan in hun verhalen te integreren.

Het ontwikkelen en van positieve visies die de ecologische transitie wenselijk maken.

Het hanteren van een kritische houding tegenover massa-informatie en gepolariseerde debatten.

Naast het aanbieden van betere informatie moeten zij collectieve verhalen helpen transformeren om actie aan te moedigen.

De CSquare Summit 2024 belichtte de huidige uitdagingen van communicatie in een steeds complexere wereld. De discussies benadrukten het belang van proactieve en authentieke communicatie, voornamelijk met het oog op maatschappelijke problemen, milieuproblemen en polarisatie. De toepassing van AI, de betrokkenheid van jongere generaties en de noodzaak voor bedrijven om zich duurzaam in te zetten waren belangrijke punten, die opriepen tot een evolutie om een echte en zinvolle verandering teweeg te brengen.

Mediaspecs.be

25.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6050356

JUMP
Promoting gender equality, enhancing the workplace



www.mediaspecs.be/nl

Date: 25-11-2024
Periodicity: Continuous
Journalist: -

Circulation: 0
Audience: 1 000

<https://www.mediaspecs.be/succesvolle-9de-belgian-corp-comm-summit-verenigt-bijna-125-communicatieprofessionals-in-actueel-debat/>

Succesvolle 9de Belgian Corp Comm Summit verenigt bijna 125 communicatieprofessionals in actueel debat



De 9de editie van de Belgian Corporate Communication Summit, georganiseerd door C Square, bracht op 21 november toonaangevende experts en professionals uit de communicatiesector samen. De Belgische federatie van corporate communicatieprofessionals bood een platform voor kennisdeling en discussie over de meest urgente uitdagingen en trends in communicatie, waaronder generatiekloven, digitalisering en polarisatie.

Herman Konings, gerenommeerd trendwatcher en expert in consumentenpsychologie, trapte de avond af met een inspirerende keynote. Hij belichtte hoe verschillende generaties, waaronder Gen Z en de aankomende Gen Alpha, invloed uitoefenen op communicatie en hoe organisaties hun aanpak hierop kunnen afstemmen. Julien De Wit, auteur en vertegenwoordiger van Gen Z, benadrukte daarbij dat authenticiteit en oprechtheid van de boodschap dé kernwaarden zijn in hedendaagse communicatie, vooral bij jongere doelgroepen, waar bedrijven op moeten inspelen in hun communicatie en employer branding. Gen Alpha werd door Konings omschreven als de ultieme digi-generatie die Gen Z opvolgt, en waarbij het sociale contact nog extremer zal toegespitst worden op de digitale wereld. Een uitdaging komt eraan!

C Square vicevoorzitter Eveline De Ridder presenteerde de resultaten van de jaarlijkse AI-bevraging van de

Mediaspecs.be

25.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6050356



federatie, over de impact van AI in de communicatiesector. Ze illustreerde praktische toepassingen en wees op de grote zelfzekerheid van communicatieprofessionals die de opkomst van AI volledig omarmen en geen enkele angst blijken te hebben voor jobverlies. C Square deelde mee ook in 2025 volop in te zetten op een opleidingsprogramma dat communicatiespecialisten ondersteunt bij het effectief inzetten van AI.

Een van de hoogtepunten van de avond was het interactieve panelgesprek over activisme en polarisatie in de samenleving en hoe dit een impact heeft op communicatie. Het panel, bestaande uit Marielle Rogie (Brussels Airport Company), Colas Van Moorsel (IHECS), Isabella Lenarduzzi (Jump) en Joeri Thijs (Greenpeace), debatteerde over het idee dat activisten niet zozeer onruststokers zijn, dan wel visionairs die maatschappelijke veranderingen voorspellen. Hun discussies boden waardevolle inzichten voor professionals die werken in een steeds complexere communicatieomgeving.

Veerle Van Mierlo, voorzitter van C Square: "We hebben een kompas willen aanreiken aan de corporate communicatieprofessionals om te navigeren doorheen de grote trends en vernieuwingen. Onze superpower zit in het blijven bijstellen van onze antennes en op de juiste manier om te gaan met de veranderingen. Het was een bijzonder leerrijke avond. Met C Square zorgen we dat we een dergelijk programma blijven aanbieden en dat we ook Gen Z geboeid houden."

Mediaspecs.be

26.11.2024



WEB MEDIA
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6050707

JUMP
Promoting gender equality, enhancing the workplace



www.mediaspecs.be/fr

Date: 26-11-2024
Periodicity: Continuous
Journalist: -

Circulation: 0
Audience: 1 000

<https://www.mediaspecs.be/fr/le-9e-belgian-corp-comm-summit-reunit-avec-succes-pres-de-125-professionnels-de-la-communication-autour-dun-debat-dactualite/>

Le 9e Belgian Corp Comm Summit réunit avec succès près de 125 professionnels de la communication autour d'un débat d'actualité



La 9e édition du Belgian Corporate Communication Summit, organisée par C Square, a rassemblé des experts et des professionnels du secteur de la communication au Proximus Lounge à Evere le 21 novembre. La fédération belge des professionnels de la communication corporate a permis un partage des connaissances et des discussions sur les défis et les tendances les plus pressants en matière de communication, notamment le fossé entre les générations, la digitalisation et la polarisation.

Herman Konings, observateur de tendances renommé et expert en psychologie du consommateur, donné le coup d'envoi de la soirée avec un discours inspirant. Il a illustré la manière dont les différentes générations, y compris la génération Z et la future génération Alpha, influencent la communication et la manière dont les organisations peuvent adapter leur approche en conséquence. Julien De Wit, auteur et représentant de la génération Z, a souligné que l'authenticité et la sincérité du message sont les valeurs fondamentales de la communication contemporaine, en particulier vis-à-vis des jeunes publics, que les entreprises doivent prendre en compte dans leur communication et leur employer branding. La génération Alpha a été décrite par Konings comme l'ultime génération numérique succédant à la génération Z, dans laquelle les contacts sociaux seront encore plus axés sur le monde numérique. Un défi à relever !

Mediaspecs.be

26.11.2024

**WEB MEDIA**
JUMP FORUM
Ref: 45707 / 6050707

Eveline De Ridder, vice-présidente de C Square, a ensuite présenté les résultats de l'enquête annuelle de la fédération sur l'impact de l'IA dans le secteur de la communication. Elle a illustré des applications pratiques et a souligné la grande confiance en soi des professionnels de la communication qui embrassent pleinement l'essor de l'IA et ne semblent pas craindre de perdre leur emploi. C Square a fait part de son engagement à mettre en place un programme de formation en 2025 pour aider les spécialistes de la communication à utiliser efficacement l'IA.

L'un des temps forts de la soirée a été le débat interactif sur l'activisme et la polarisation de la société et leur impact sur la communication. Le panel, composé de Marielle Rogie (Brussels Airport Company), Colas Van Moorsel (IHECS), Isabella Lenarduzzi (Jump) et Joeri Thijs (Greenpeace), a discuté de l'idée que les activistes ne sont pas des fauteurs de troubles, mais plutôt des visionnaires qui prédisent le changement social. Leurs discussions ont offert de précieuses perspectives aux professionnels travaillant dans un environnement de communication de plus en plus complexe.

Veerle Van Mierlo, présidente de C Square : « Nous voulions fournir aux professionnels de la communication d'entreprise une boussole leur permettant de naviguer à travers les grandes tendances et les innovations. Notre super-pouvoir consiste à ajuster nos antennes en permanence et à faire face aux changements de la meilleure façon possible. Cette soirée a été particulièrement enrichissante. Avec C Square, nous allons nous assurer de continuer à offrir un tel programme et de captiver la génération Z. »