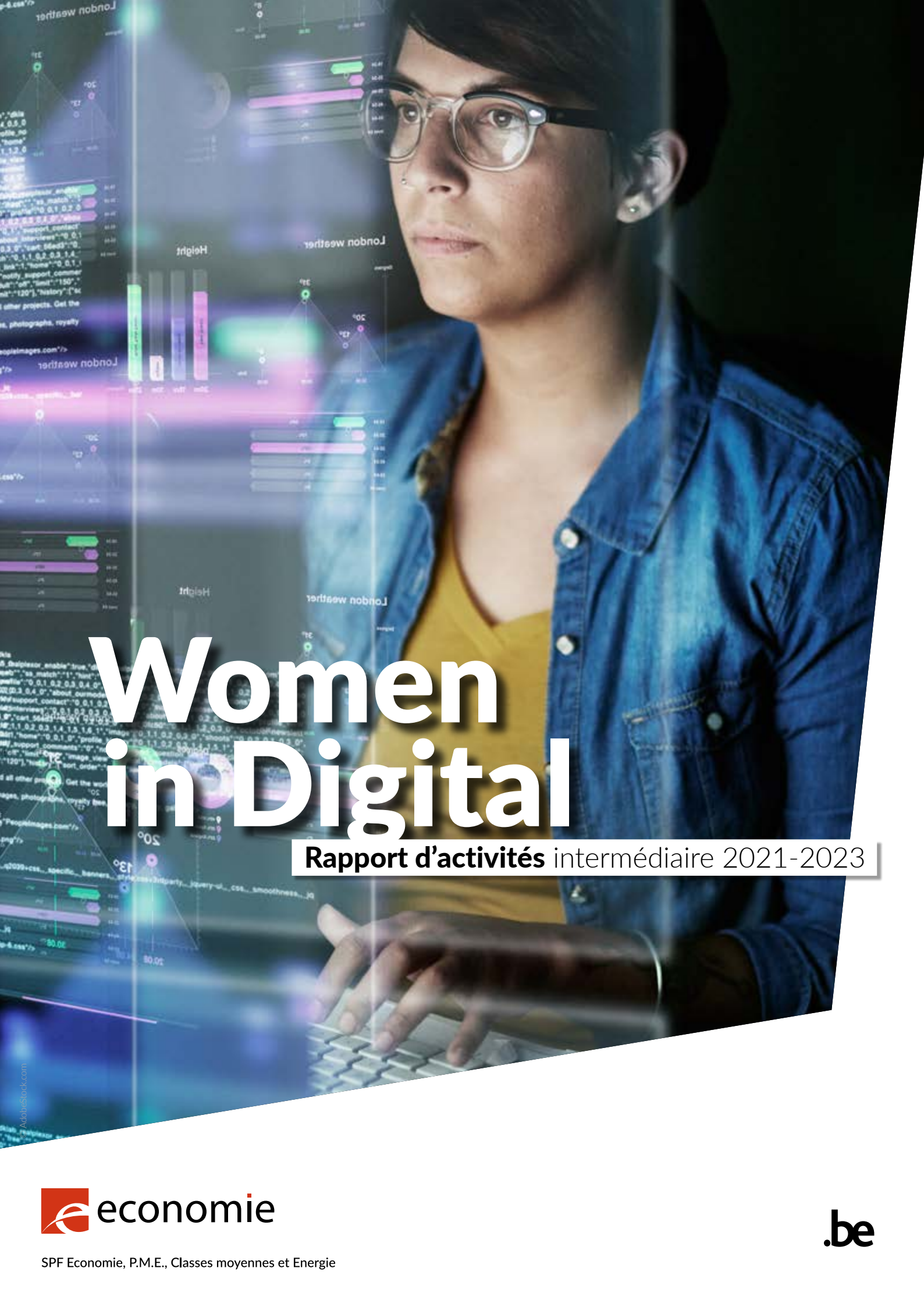




# Women in Digital

**Rapport d'activités** intermédiaire 2021-2023



SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie

Rue du Progrès 50 – 1210 Bruxelles

N° d'entreprise : 0314.595.348



○ 0800 120 33 (numéro gratuit)



○ SPFEco



○ @spfeconomie



○ [linkedin.com/company/fod-economie](https://www.linkedin.com/company/fod-economie) (page bilingue)



○ [instagram.com/spfecoe](https://www.instagram.com/spfecoe)



○ [youtube.com/user/SPFEconomie](https://www.youtube.com/user/SPFEconomie)



○ [economie.fgov.be](http://economie.fgov.be)

**Éditrice responsable :**

Séverine Waterbley

Présidente du Comité de direction

Rue du Progrès 50 – 1210 Bruxelles

Version internet

300-23

## Table des matières

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Avant-propos .....                                                                               | 4  |
| Tribune de Nabila Farhat - Young ICT lady of the year 2023 .....                                 | 5  |
| Introduction .....                                                                               | 7  |
| Au niveau européen .....                                                                         | 8  |
| Au niveau belge .....                                                                            | 9  |
| 1. Situation actuelle : une vue d'ensemble.....                                                  | 10 |
| 1.1. Utilisation d'internet : fréquence .....                                                    | 10 |
| 1.2. Compétences TIC .....                                                                       | 11 |
| 1.3. Spécialistes et emploi .....                                                                | 12 |
| 1.4. Situation actuelle - conclusion .....                                                       | 13 |
| 2. Suivi de la mise en œuvre de la stratégie WiD.....                                            | 14 |
| 2.1. Groupe de travail national WiD .....                                                        | 14 |
| 3. État d'avancement de la stratégie WiD et méthodologie .....                                   | 16 |
| 3.1. Répartition des initiatives selon les 5 objectifs stratégiques WiD .....                    | 17 |
| 3.2. Rayon d'action des initiatives WiD par objectif stratégique .....                           | 18 |
| 4. Projets en cours menés par le SPF Economie .....                                              | 20 |
| 4.1. Projet de charte belge pour une représentation mixte des jouets .....                       | 20 |
| 4.2. Campagne de communication 2023 .....                                                        | 20 |
| 4.3. Journée européenne <i>Girls in ICT day</i> - événement : Rendez-vous avec votre futur... .. | 21 |
| Tribune de Valerie Tanghe - ICT Woman of the year 2023 .....                                     | 22 |
| Conclusion .....                                                                                 | 24 |

« Il est important d'encourager plus de femmes à faire **carrière dans le secteur du numérique** et de parvenir ainsi à un meilleur **équilibre des genres** sur le marché du travail. »

## Avant-propos

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport d'activités intermédiaire Women in Digital.

Si la première version a vu le jour en 2022, une année qui fut synonyme de grands changements : la crise sanitaire a bouleversé une grande partie de notre société et nous nous sommes de plus en plus tournés vers le numérique. Cela a entraîné une forte croissance du secteur TIC mais a également causé des disparités dans les bénéfices pouvant en être tirés. En effet, cette accélération technologique a grandement contribué à creuser le fossé existant entre les personnes ayant des difficultés en matière d'accès ou de compétences liées au numérique. Les femmes, surtout celles plus âgées et peu qualifiées, se sont vues davantage exclues de ce secteur aussi en raison de préjugés tenaces.

Bien qu'elles représentent un peu plus 50 % de la population, moins d'un expert TIC sur cinq est une femme.

Pour pallier cette situation, il est important d'encourager plus de femmes à faire carrière dans le secteur du numérique et de parvenir ainsi à un meilleur équilibre des genres sur le marché du travail. En effet, ce secteur joue aujourd'hui un rôle majeur qui ira en grandissant dans les prochaines années. La crise sanitaire et ses récentes répercussions ont mis en exergue toute l'importance de disposer des compétences numériques nécessaires pour mener à bien nos activités, qu'elles soient professionnelles ou privées. Ces compétences se sont également révélées essentielles à la prospérité et au bien-être futurs de notre pays.

D'ailleurs, les études montrent que la diversité au sein des équipes, notamment concernant une représentation équilibrée des genres, conduit à une meilleure prise de décision et à des idées novatrices, ce qui permet à terme d'atteindre de meilleurs résultats et de stimuler la croissance économique. Dans ce contexte, il est important d'encourager la participation des femmes dans des secteurs porteurs tels que les secteurs numériques (TIC) et scientifiques (STEM). C'est dans cette optique que la stratégie nationale et intersectorielle Women in Digital a été adoptée et signée officiellement par tous les niveaux de pouvoirs en 2021. Cette stratégie repose sur cinq objectifs stratégiques décrits ci-après.



Cette édition intermédiaire du rapport d'activités porte sur le suivi de la stratégie Women in Digital effectué par le groupe de travail du même nom. Ce rapport dresse un état des lieux de la situation actuelle, fait le point sur l'état d'avancement dans la réalisation de ses objectifs et propose un résumé des différentes initiatives lancées depuis l'adoption de la stratégie en 2021.

Bonne lecture !

Séverine Waterbley,  
Présidente du Comité de direction

# Tribune de Nabila Farhat

## Young ICT lady of the year 2023

Nabila Farhat est une jeune professionnelle qui a plus de dix ans d'expérience dans le secteur des technologies de l'information. Grâce à ces diverses expériences, elle a développé un large éventail de compétences et un vif intérêt pour tous les aspects des technologies de l'information. Son parcours inspirant et son désir constant d'évoluer lui ont valu le titre de « Young ICT Lady » pour l'année 2023.

Nabila croit fermement que le meilleur moyen d'inspirer est de montrer l'exemple, elle espère que son parcours pourra motiver des femmes et des jeunes filles à se lancer dans l'IT.

Nous lui avons demandé de contribuer à ce rapport d'activité en nous faisant part de sa vision de la stratégie Women in Digital :

*« En tant que Young ICT Lady de l'année 2023, je suis honorée de m'engager dans l'aventure captivante qu'est l'initiative Women in Digital. Cette opportunité va bien au-delà des circuits numériques, elle incarne une invitation à remodeler l'avenir avec des couleurs d'équité et d'opportunités.*

*La vision derrière la stratégie Women in Digital transcende les écrans pour devenir une mosaïque d'aspirations tournées vers une société plus juste et dynamique. Les cinq piliers de cette vision accroître le nombre de femmes diplômées dans le numérique, faciliter leur intégration sur le marché du travail digital, maintenir leur présence dans le secteur, redéfinir les perceptions et réduire les écarts de genre - forment les bases d'une transformation en profondeur, alimentée par un engagement sans faille.*

*Cependant, la concrétisation de ces objectifs ne se fait pas sans obstacles. L'impératif de voir émerger davantage de femmes dans les domaines numériques exige une action bien en amont de la vie active. Les stéréotypes de genre s'incrument dès les premiers souffles de la vie, parfois avant même que les enfants ne foulent les bancs de l'école. Pour un changement durable, la sensibilisation doit prendre racine dès le berceau, en embrassant à la fois les foyers et les enceintes éducatives.*

*Les programmes de sensibilisation, destinés aux parents comme aux éducateurs, sont de véritables leviers pour briser les chaînes de la préconception. L'éducation parentale devient alors un élément clé permettant d'exposer les jeunes esprits à une variété d'opportunités, encourageant une curiosité sans limite et ouvrant les portes du possible. De même, l'éducation formelle doit se renouveler pour défier les préjugés et offrir des modèles inspirants dès les premières étapes du parcours éducatif.*



« Tournant les yeux vers l'avenir, je visualise une stratégie **Women in Digital** qui, tout en atteignant les objectifs actuels, fait de la **sensibilisation précoce** une pierre angulaire. »

*Mon propre voyage dans le monde numérique m'a dévoilé la richesse que la diversité des talents et des perspectives peut apporter. En partageant mon expérience, j'insiste sur l'importance de l'accès équitable aux opportunités. L'inclusion et la diversité doivent être les fils conducteurs d'une éducation épanouissante, où les femmes ont l'espace nécessaire pour contribuer pleinement au développement des domaines numériques et technologiques.*

*De plus, mon parcours dans le secteur IT m'a indubitablement prouvé que la diversité est un facteur clé de réussite au sein des équipes. Les preuves abondent : les entreprises et les équipes incluant une diversité de genre, se révèlent plus performantes et obtiennent de meilleurs résultats. C'est cette diversité qui ajoute des nuances et des perspectives variées, conduisant à une prise de décision plus éclairée et à une créativité décuplée.*

*Tournant les yeux vers l'avenir, je visualise une stratégie Women in Digital qui, tout en atteignant les objectifs actuels, fait de la sensibilisation précoce une pierre angulaire. Une stratégie qui investit dans des initiatives qui brisent les barrières dès les premières années de vie, donnant ainsi aux jeunes filles les clés pour rêver sans limites et réaliser leur plein potentiel ».*

Nabila Farhat  
Young ICT lady of the year 2023  
Account manager Capgemini



« Non seulement l'écart salarial,  
mais aussi l'écart de confiance en soi :  
dès l'âge de 10 ans, le manque  
de confiance en soi des filles  
est plus élevé que celui des garçons.\* »

\* 73 % contre 64 % dans la tranche d'âge 10-14 ans.  
(Confidence Gap 2023 - AXA Belgium / Trendwolves)

# Introduction

La numérisation est l'une des évolutions les plus captivantes du monde actuel. Elle a entraîné des changements considérables et des gains de temps et d'efficacité dans de nombreux domaines. Si la numérisation peut être bénéfique pour toutes les parties concernées, on parle souvent du fossé qui existe entre les hommes et les femmes lorsqu'il s'agit d'accéder aux emplois technologiques.

En Belgique, comme dans de nombreux pays, l'écart entre les hommes et les femmes dans le domaine des technologies du numérique est toujours présent. Bien que des efforts soient faits sur l'ensemble du territoire pour faire évoluer cette situation, il reste difficile d'atteindre une véritable égalité, et ce, pour plusieurs raisons.

Les femmes restent sous-représentées dans les professions numériques telles que le développement de logiciels et la gestion des technologies de l'information, deux secteurs clés de la numérisation. En outre, des études montrent que les femmes qui obtiennent de tels postes sont souvent moins bien rémunérées que leurs homologues masculins effectuant le même travail ou ayant une expérience similaire. Elles ont aussi moins de possibilités de promotion.

Ce fossé n'est pas seulement préjudiciable aux personnes qui n'ont pas accès à ces emplois, il menace également la viabilité sur le long terme de certaines entreprises en les privant d'expertises issues de profils variés, clés pour plus d'innovation et une meilleure concurrence sur le marché.

L'une des principales raisons de cette disparité entre les sexes dans le secteur du numérique, est que souvent, les recruteurs concentrent leur attention sur les employés plus jeunes et de sexe masculin qui sont familiarisés avec la technologie dans le cadre du processus d'embauche. Cela signifie que les employés plus âgés, et principalement les femmes, se voient disproportionnellement exclus de ce processus.

La bonne nouvelle est que les entreprises, les établissements d'enseignement et les gouvernements prennent de plus en plus d'initiatives en mettant en œuvre des programmes ciblés, tels que des formations ou du mentorat, visant spécifiquement à accroître la diversité dans le secteur numérique.

Ces initiatives devraient se traduire, à terme, par un meilleur accès aux emplois pour les groupes sous-représentés. Ces institutions et organismes assurent également une plus grande diversité, en ayant des équipes composées de personnes issues de milieux socioculturels et sexospécifiques différents permettant ainsi de prendre de meilleures décisions et de proposer des projets plus inclusifs.





## Au niveau européen

Ces inégalités ont d'abord été constatées au niveau européen. C'est pourquoi, le 9 avril 2019 (Journée du numérique), 26 États membres et la Norvège ont signé une déclaration (Women in Digital Declaration) afin d'encourager les femmes à jouer un rôle actif dans le secteur du numérique et de la technologie. Les signataires se sont engagés à prendre des mesures dans les domaines suivants :

1. développer une stratégie nationale pour promouvoir la participation des femmes dans le secteur numérique ;
2. encourager les radiodiffuseurs à promouvoir une image publique positive des femmes dans le monde numérique ;
3. organiser une journée européenne des filles et des femmes dans les TIC ;
4. encourager les entreprises à lutter contre la discrimination fondée sur le sexe sur le lieu de travail ;
5. promouvoir une composition équilibrée des conseils d'administration, des comités et des organes traitant des questions numériques ;
6. améliorer les mécanismes de suivi et la collecte de données afin de fixer de meilleurs objectifs.

En janvier 2023, la Commission européenne<sup>1</sup> a également adopté le programme politique de la décennie numérique. Ce programme comprend 12 objectifs ambitieux visant à conduire l'Europe vers un avenir numérique inclusif, durable et prospère d'ici 2030 dans quatre domaines clés :

- ▶ les compétences numériques ;
- ▶ l'infrastructure numérique ;
- ▶ la transformation numérique des entreprises ;
- ▶ la numérisation des services publics.

Il accorde une attention particulière aux compétences numériques des femmes. Il vise à ce que l'Europe compte 20 millions de spécialistes des TIC d'ici 2030, avec une répartition égale entre les femmes et les hommes. Au niveau national, une feuille de route est en cours d'élaboration pour assurer le suivi des progrès de la Belgique en la matière, plusieurs initiatives relatives à l'inclusion des femmes dans le numérique ont été prises au niveau du fédéral et des entités fédérées.

1 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/europes-digital-decade>



« L'objectif fixé est d'employer **20 millions** de spécialistes de l'informatique au sein de l'UE, avec une **répartition égale** entre les femmes et les hommes. »

## Au niveau belge

À la suite de la signature de la déclaration européenne de 2019, la Belgique a procédé à l'élaboration de la stratégie Women in Digital 2021-2026. Cette stratégie a été approuvée par le Conseil des ministres le 5 mars 2021 et signée le 18 juin 2021 en Comité de concertation.

Celle-ci traduit les objectifs européens de convergence de genre dans le secteur du numérique en 5 objectifs stratégiques (voir [BeDigitalTogether – Stratégie](#)) :

### OBJECTIF 1

veiller à ce que davantage de femmes obtiennent leur diplôme dans le secteur digital ;

### OBJECTIF 2

favoriser l'insertion de toutes les femmes dans le monde du travail digitalisé et/ou dans le secteur digital ;

### OBJECTIF 3

favoriser le maintien des femmes dans le secteur digital ;

### OBJECTIF 4

construire de nouvelles images ;

### OBJECTIF 5

éliminer l'écart de genre dans les groupes cibles spécifiques.

La coordination de cette stratégie se fait via le groupe de travail « Women in Digital » institué au sein du SPF Economie qui est responsable du suivi de l'implémentation de la stratégie à tous les niveaux de pouvoir : fédéral, régional et communautaire.

Dans ce document, vous trouverez, pour chaque objectif stratégique, une vue d'ensemble des initiatives qui ont été portées à la connaissance du groupe de travail depuis sa création et qui se trouvent sur le site web BeDigitalTogether soutenant la stratégie Women in Digital.



## 1. Situation actuelle : une vue d'ensemble

Notre société ne cesse de se numériser. De plus en plus, nous sommes incités à nous tourner vers des applications TIC pour accomplir différentes tâches

- ▶ effectuer des opérations bancaires en ligne ;
- ▶ acheter des billets de train via notre smartphone ;
- ▶ postuler à un emploi via une application ;
- ▶ prendre des rendez-vous en ligne chez le médecin ou auprès d'une administration ;
- ▶ commander des courses en ligne, etc.

Il est donc important de s'inscrire dans ce mouvement et de disposer des compétences numériques nécessaires afin de ne pas se retrouver laissé pour compte. C'est pourquoi ce chapitre examine les différences entre les hommes et les femmes, jeunes et moins jeunes, en ce qui concerne leur participation au progrès numérique. À cet effet, nous présentons les statistiques relatives à l'utilisation d'internet, aux compétences numériques ainsi qu'à l'emploi dans les métiers TIC.

### 1.1. Utilisation d'internet : fréquence

Pourcentage d'individus n'ayant jamais utilisé internet selon la tranche d'âge et le niveau d'éducation (en %)

| Tranche d'âge | 16-75 ans | 16-24 ans | 25-54 ans | 55-74 ans |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Individus     | 3,7       | 1,18      | 1,39      | 8,62      |
| Femmes        | 4,06      | 0,49      | 1,46      | 10,22     |
| Hommes        | 3,34      | 1,76      | 1,31      | 7,13      |

| Niveau d'éducation | Faible | Moyen | Élevé |
|--------------------|--------|-------|-------|
| Individus          | 11,31  | 2,54  | 0,44  |
| Femmes             | 12,65  | 2,91  | 0,45  |
| Hommes             | 9,96   | 2,23  | 0,43  |

Source : Enquête TIC ménages et individus (2022), SPF Economie - Direction générale Statistique - Statistics Belgium, Eurostat.

Le tableau 1 montre le nombre d'hommes et de femmes âgés de 16 à 74 ans n'ayant encore jamais utilisé internet. En 2022, un peu plus de 4 % des femmes âgées de 16 à 74 ans n'avaient jamais utilisé internet, quant aux hommes de la même catégorie d'âge, ils étaient 3,3 %. Pour les 14 à 24 ans, on observe toutefois que les femmes (0,49 %) s'en sortent mieux que les hommes (1,76 %).

Concernant le niveau d'éducation, plus les personnes ont un niveau d'éducation élevé, plus elles utilisent internet. Au niveau d'éducation le plus élevé, la différence entre les hommes et les femmes est minimale ( $\Delta = 0,02$ ), alors qu'elle est de près de 3 % pour le niveau d'éducation le plus bas. Cela signifie que les femmes sont plus à risque de fracture numérique lorsqu'elles ont un faible niveau d'éducation.

## Dernière utilisation d'internet au cours des derniers mois (en %)

|        | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------|------|------|------|------|------|
| Hommes | 90   | 91   | 92   | 93   | 95   |
| Femmes | 87   | 89   | 91   | 93   | 93   |

Source : Enquête TIC ménages et individus (2022), SPF Economie - Direction générale Statistique - Statistics Belgium, Eurostat.

Le tableau 2 montre que 93 % des femmes et 95 % des hommes ont utilisé internet au cours des trois derniers mois.

## 1.2. Compétences TIC

### Compétences numériques par sexe (en %)

| Activités liées à l'internet                                                                                                                                               | Individus | Femmes | Hommes |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|
| Envoyer et recevoir des messages électroniques                                                                                                                             | 92,14     | 91,96  | 92,32  |
| Services bancaires sur l'internet                                                                                                                                          | 84,57     | 84,62  | 84,53  |
| Rechercher des informations sur des biens et services                                                                                                                      | 84,28     | 84,24  | 84,31  |
| Appels téléphoniques ou vidéo                                                                                                                                              | 79,35     | 80,63  | 78,08  |
| Services de messagerie instantanée (échange de messages), via Skype, Messenger, WhatsApp, Viber...                                                                         | 73,39     | 75,17  | 71,63  |
| Communiquer sur des réseaux sociaux (créer un profil d'utilisateur, envoyer des messages ou intervenir sur un ou plusieurs réseaux sociaux, p.ex. Facebook, Twitter, etc.) | 72,16     | 74,71  | 69,63  |
| Consulter des sites d'actualités en ligne/journaux/magazines d'information                                                                                                 | 68,02     | 66,24  | 69,79  |
| Rechercher des informations relatives à la santé                                                                                                                           | 55,93     | 61,14  | 50,74  |
| Suivre un cours en ligne (sur toute matière)                                                                                                                               | 22,41     | 20,93  | 23,89  |
| Vendre des biens et des services                                                                                                                                           | 31,87     | 32,27  | 31,48  |
| Exprimer des opinions sur des sujets civiques ou politiques sur les sites internet ou les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube...)                       | 11,10     | 8,90   | 13,30  |

Source : Enquête TIC ménages et individus (2021), SPF Economie - Direction générale Statistique - Statistics Belgium, Eurostat.

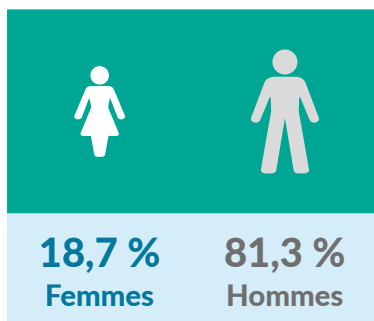
Le tableau 3 présente une vue des compétences numériques par sexe en fonction des activités menées sur internet par les internautes âgés de 16 à 74 ans en Belgique. Les trois activités qui apparaissent comme étant les plus populaires, tant chez les femmes que chez les hommes sont :

- envoyer/recevoir des messages électroniques (92,14 %)
- effectuer des activités liées aux services bancaires sur l'internet (84,57 %)
- rechercher des informations (84,28 %)



### 1.3. Spécialistes et emploi

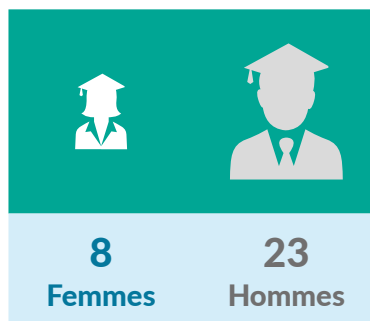
**Figure 1.**  
Experts en TIC par genre



Source : Statistics Belgium, Eurostat

La figure 1 montre la répartition des experts TIC pour l'année 2022 dans notre pays. Parmi ceux-ci, moins d'un spécialiste TIC sur cinq est une femme.

**Figure 2.**  
Diplômés en STEM\*

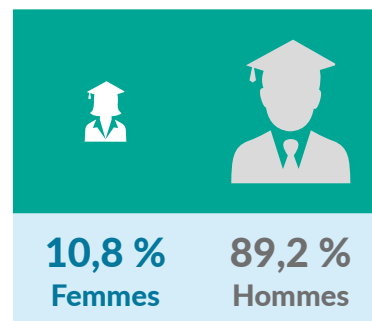


Source : Women in Digital Scoreboard 2022

La figure 2 montre qu'il existe aussi une grande différence entre le nombre d'hommes et le nombre de femmes dans les formations STEM. En 2021, pour 1.000 individus âgés de 20 à 29 ans, il y a seulement 8 femmes diplômées pour 23 hommes.

\* Nombre par 1000 individus âgés de 20 à 29 ans

**Figure 3.**  
Diplômés en TIC



Source : Statistics Belgium, Eurostat

La figure 3 montre qu'il existe aussi une grande différence entre les hommes et les femmes diplômés en TIC. Celles-ci sont encore moins nombreuses que les diplômées STEM car elles ne représentent que 10,8 % des diplômés TIC du pays contre 89,2 % pour les hommes.

## 1.4. Situation actuelle - conclusion

Dans les points précédents, la situation des femmes sur le plan numérique a été examinée.

Dans l'ensemble, en matière de compétences numériques et d'internet, les femmes obtiennent des résultats tout aussi bons que ceux des hommes et des signaux positifs sont à relever, surtout chez les jeunes.

Par contre, on constate que la proportion d'experts TIC est majoritairement masculine et que le nombre de femmes diplômées des TIC et des STEM reste très faible.

D'une part, on observe que cette sous-représentation au sein de ces secteurs n'est pas due à un manque de compétences mais s'explique plutôt par le fait que les femmes remettent souvent en question leurs propres compétences par rapport aux hommes<sup>2</sup>. De nombreuses femmes peuvent aussi être découragées à l'idée d'évoluer dans des métiers ou des activités économiques qui sont généralement présentés comme étant réservés aux hommes. La présentation de ces métiers véhicule, souvent de manière inconsciente, des biais de genre ou une culture organisationnelle non inclusive.

D'autre part, cette disparité s'explique également par la problématique des discriminations croisées, qui sont des facteurs qui s'accumulent et accroissent considérablement le risque d'exclusion de certaines femmes, par exemple :



Malgré une prise de conscience et des initiatives croissantes, les femmes sont toujours confrontées à des défis importants qui affectent toutes les étapes de leur parcours professionnel dans le secteur numérique<sup>3</sup>.

Ces exemples ne sont pas exhaustifs. Néanmoins, ils mettent en lumière toute la complexité des causes de l'inégalité dans la participation des femmes au numérique, pour la plupart reposant sur des idées préconçues<sup>4</sup>.

La modification de telles perceptions ne peut s'entendre de manière immédiate et linéaire.<sup>5</sup> Relever le défi de la sous-représentation des filles et des femmes dans le secteur numérique nécessite une réponse stratégique à long terme d'un ensemble d'acteurs (gouvernementaux, académiques, du secteur privé, des médias, etc. ), qui doivent travailler de concert au renversement des barrières et des inégalités existantes.

Cette approche, décrite dans la stratégie, est exposée dans le chapitre suivant.

<sup>2</sup> Etude Women in the Digital Age (COM, 2018).

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Women in digital national and intersectoral strategy 2021-2026, p.3.



## 2. Suivi de la mise en œuvre de la stratégie WiD

La coordination et le suivi de la mise en œuvre de la stratégie WiD ont été confiés à la Division Économie numérique du SPF Economie. La liste de l'ensemble des partenaires qui ont souscrit à la stratégie et qui sont membres du groupe de travail Women in Digital est reprise ci-dessous.

### 2.1. Groupe de travail national WiD

Ce groupe de travail national rassemble une centaine d'organisations aux niveaux fédéral, régional et communautaire, des institutions publiques, des entreprises privées ainsi que diverses associations. Il se réunit 4 fois par an, pour discuter et réfléchir aux actions à entreprendre dans le but de promouvoir les 5 objectifs de la stratégie.

Pour chacun de ces 5 axes, de nombreuses initiatives ont été développées depuis 2021. Un aperçu de celles-ci est disponible sur le site internet [www.BeDigitalTogether.be](http://www.BeDigitalTogether.be).

#### Organisation du groupe de travail

Le groupe de travail se réunit tous les trois mois. Ci-dessous, un aperçu des réunions précédentes :

|            | Présentiel      | En ligne        |
|------------|-----------------|-----------------|
| 13.01.2022 | 51 participants |                 |
| 24.03.2022 | 50 participants |                 |
| 16.06.2022 | 46 participants |                 |
| 06.10.2022 | 38 participants |                 |
| 26.01.2023 | 16 participants | 28 participants |
| 23.03.2023 | 14 participants | 20 participants |
| 22.06.2023 |                 | 36 participants |

L'engagement formel de soutien à la stratégie a été signé par les acteurs suivants :

|                                                                       |                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Accenture                                                             | Inspiring Fifty                                  |
| Agoria                                                                | Institut pour l'égalité des femmes et des hommes |
| AI4Belgium                                                            | Interface3.Bruxelles                             |
| Arteveldehogeschool                                                   | Interface3.Namur                                 |
| BeCode                                                                | Itsme                                            |
| Cabinet Borsus (WAL)                                                  | JUMP                                             |
| Cabinet Dermagne (FED)                                                | Le Wagon Brussels                                |
| Cabinet De Sutter (FED)                                               | Mattel                                           |
| Cabinet Michel (FED)                                                  | NSZ-SNI Syndicat neutre pour indépendants        |
| Cabinet Trachte (RBC)                                                 | Paradigm                                         |
| CCB                                                                   | Région de Bruxelles-Capitale                     |
| COCOF                                                                 | Région wallonne                                  |
| Communauté flamande                                                   | Sirris Belgium                                   |
| Communauté germanophone                                               | Solvay Brussels School                           |
| Digilab                                                               | SPF BOSA                                         |
| ETNIC                                                                 | SPF Economie                                     |
| Eura Nova                                                             | SPP Intégration sociale                          |
| F.B.J. - B.S.F.                                                       | STIB-MIVB                                        |
| F.R.S. - FNRS                                                         | Techies Lab                                      |
| Febelfin                                                              | Technocité                                       |
| Fédération Wallonie-Bruxelles<br>(Direction de l'égalité des chances) | Telenet Group                                    |
| FELINK                                                                | UHasselt                                         |
| FOREM                                                                 | ULB                                              |
| Girleek                                                               | ULiège                                           |
| Google                                                                | VBO                                              |
| hub.brussels                                                          | VDAB                                             |
| IBPT                                                                  | Vlaanderen                                       |
| Inclusive Panels                                                      | VUB                                              |
| Infor Jeunes                                                          | Women in Finance                                 |
| Innoviris                                                             | Womenpreneur Initiative                          |



« La vision derrière la stratégie *Women in Digital* transcende les écrans pour devenir **une mosaïque d'aspirations** tournées vers une société plus juste et dynamique. »

### 3. État d'avancement de la stratégie WiD et méthodologie

Dans ce rapport d'activités intermédiaire, nous rendons compte de l'état actuel de la mise en œuvre de la stratégie WiD par les partenaires fédéraux, régionaux et communautaires membres du groupe de travail WiD, sous la coordination du SPF Economie.

Les membres du groupe de travail lancent des initiatives, mènent des actions à leur niveau et procèdent à une auto-évaluation des objectifs stratégiques atteints par ces actions. Ils communiquent ensuite ces informations au SPF Economie à intervalles réguliers. L'exactitude et la qualité des données fournies au SPF Economie est de la responsabilité des membres du groupe de travail qui nous les communiquent.

Les graphiques ci-dessous donnent un aperçu des initiatives rapportées sur une base volontaire au SPF Economie par les membres du groupe de travail WiD au cours de la période allant de 2021 à 2023.

Ils reprennent également les projets initiés par le SPF Economie dans le cadre de la transition numérique inclusive et de la stratégie WiD.

Il convient de souligner que le SPF Economie n'a pas connaissance de l'ensemble des initiatives existantes en matière d'inclusion des femmes dans le numérique en Belgique. Les graphiques ci-dessous se basent uniquement sur les données récoltées auprès des membres du groupe de travail WiD et ne sont donc pas le reflet exhaustif de l'ensemble des initiatives existant en Belgique.

L'ensemble des 151 initiatives/projets rapportés auprès du SPF Economie nous indiquent que les partenaires affiliés au groupe de travail ont déjà accompli un travail considérable.

## Méthodologie d'élaboration des graphiques

Le premier graphique montre la répartition des initiatives des membres du groupe de travail pour chacun des 5 objectifs de la stratégie WiD.

La base de données des projets communiqués au SPF Economie par les organisations membres du groupe de travail comprend 151 initiatives. Toutefois lorsqu'on les regroupe par objectif stratégique elles sont au nombre de 168.

En effet, il faut noter qu'un certain nombre de projets visent à atteindre plus d'un objectif stratégique. Pour avoir des résultats qui reflètent au mieux la réalité, ces projets sont comptabilisés pour chaque objectif stratégique visé. Ainsi, le même projet peut par exemple être pris en compte d'une part, dans la section du graphique concernant l'objectif stratégique 3 et, d'autre part, dans celle concernant l'objectif stratégique numéro 4.

Exemple : « Women in the spotlight » qui mène des actions relatives à la fois aux objectifs 3 et 4.

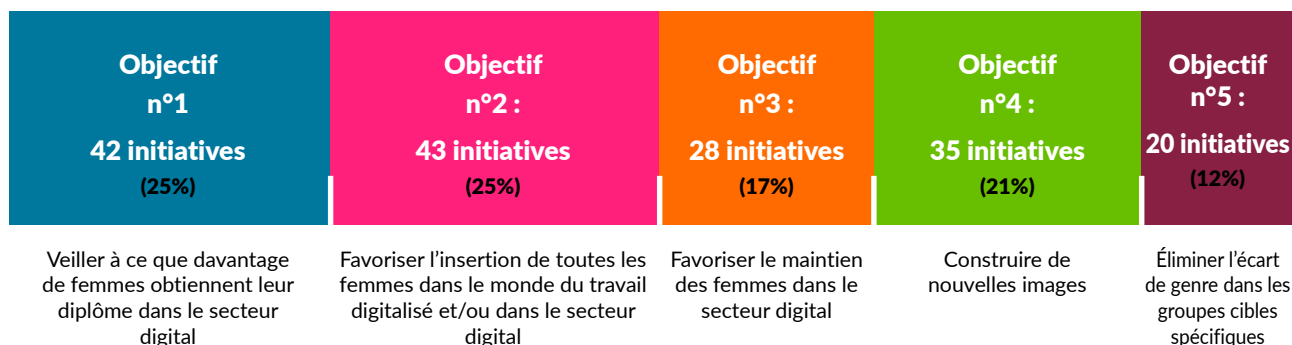
En outre, certaines initiatives ayant un même objectif stratégique pourraient viser des groupes cibles différents et/ou nous être rapportées par différents acteurs.

Exemple : Une initiative X visant l'objectif n°1 par exemple nous serait rapportée par un cabinet ministériel, ensuite par l'administration qui la finance et enfin par l'ASBL/entreprise qui la met en œuvre.

Cela explique la différence entre le nombre absolu d'initiatives prises en compte et le nombre d'initiatives réparties par objectif ou rayon d'action.

### 3.1. Répartition des initiatives selon les 5 objectifs stratégiques WiD

La répartition des 168 initiatives par objectif stratégique est la suivante :



Ces chiffres montrent que le nombre d'initiatives est réparti de manière équilibrée entre les deux premiers objectifs stratégiques. La moitié des initiatives visent à contribuer à ce que davantage de filles choisissent de faire des études qui leur permettront de s'insérer dans le secteur du digital. Les objectifs 3 et 4 de la stratégie sont aussi bien équilibrés, même s'il reste une marge de progression pour ce qui est des initiatives visant au maintien des femmes dans le digital. Enfin, en ce qui concerne le nombre d'initiatives du cinquième objectif stratégique, des progrès restent à faire pour aider les femmes qui cumulent plusieurs facteurs d'exclusion (femmes en situation de pauvreté, mères célibataires, femmes handicapées, les femmes dont l'âge est compris entre 55 et 74 ans, etc.). En effet, l'analyse du taux de chômage, d'embauche et d'évolution de la carrière démontre qu'en Belgique, le public le plus discriminé est composé de femmes qui sont d'origine étrangère et/ou en situation de handicap<sup>6</sup>. Il est donc important d'investir du temps et des ressources pour cet objectif stratégique.

<sup>6</sup> Women in digital national and intersectoral strategy 2021-2026, p.24.

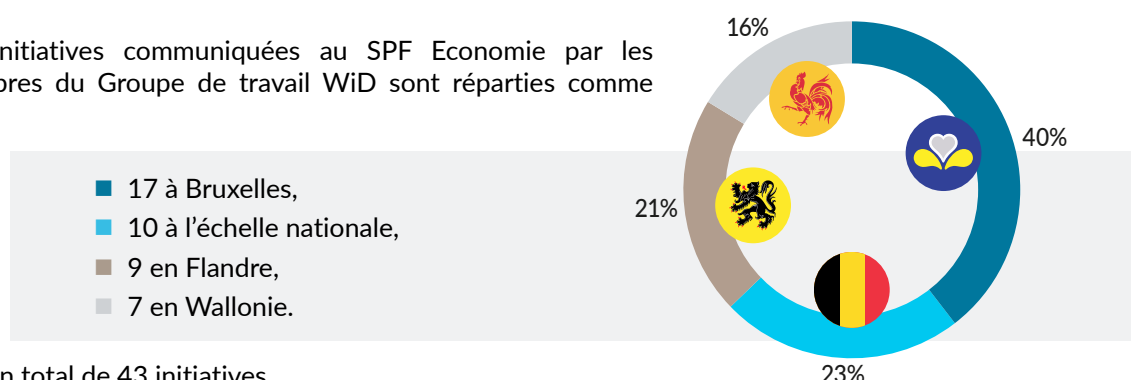
## 3.2. Rayon d'action des initiatives WiD par objectif stratégique

Les graphiques ci-dessous montrent le rayon d'action des initiatives rapportées au SPF Economie, en Flandre, en Wallonie, dans la Région de Bruxelles-Capitale et au niveau national. Les projets qui ont une portée d'action dans plusieurs zones géographiques sont repris dans chacune de ces zones. Par exemple, les initiatives de la Fédération Wallonie-Bruxelles sont comptabilisées une fois en Wallonie et une fois à Bruxelles pour le même objectif stratégique afin d'arriver à une représentation la plus fidèle possible de la réalité.

Les initiatives européennes sont classifiées comme étant des projets à portée nationale. Les initiatives dont le rayon d'action n'a pu être établi n'ont, quant à elles, pas été comptabilisées dans les graphiques ci-dessous.

### Objectif 1 : Veiller à ce que davantage de femmes obtiennent leur diplôme dans le secteur digital

Les initiatives communiquées au SPF Economie par les membres du Groupe de travail WiD sont réparties comme suit :

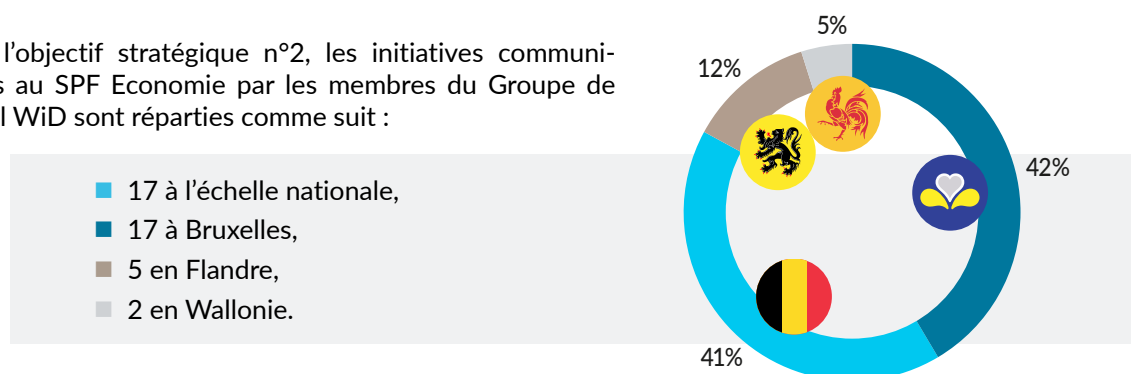


soit un total de 43 initiatives.

Le rayon d'action de l'objectif stratégique 1 est assez équilibré avec une légère surreprésentation de Bruxelles. Ce constat pourrait s'expliquer par le fait que l'enseignement est une compétence des communautés qui, chacune à leur niveau, mettent en œuvre des projets visant à ce que davantage de femmes fassent un choix d'études orienté vers le digital.

### Objectif 2 : Favoriser l'insertion de toutes les femmes dans le monde du travail digitalisé et/ou dans le secteur digital

Pour l'objectif stratégique n°2, les initiatives communiquées au SPF Economie par les membres du Groupe de travail WiD sont réparties comme suit :

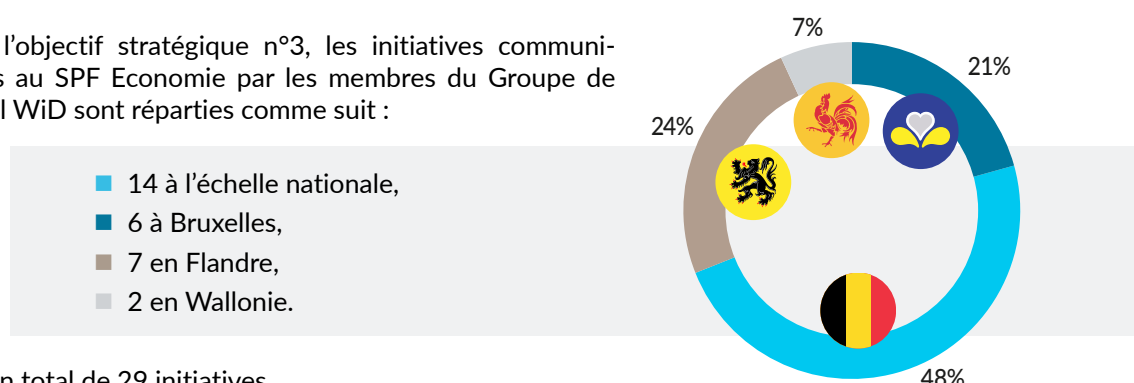


soit un total de 41 initiatives.

Plus de 80 % des initiatives de cet objectif sont réparties géographiquement à Bruxelles et à l'échelle nationale. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'un nombre réduit d'initiatives ont été rapportées au SPF Economie pour la Flandre et la Wallonie, mais aussi par le fait que la mise en place d'initiatives visant à favoriser l'insertion des femmes dans le digital, suppose une coordination d'institutions publiques, privées, d'associations professionnelles notamment, ce qui peut être un frein pour les acteurs concernés.

### Objectif 3 : Favoriser le maintien des femmes dans le secteur digital

Pour l'objectif stratégique n°3, les initiatives communiquées au SPF Economie par les membres du Groupe de travail WiD sont réparties comme suit :

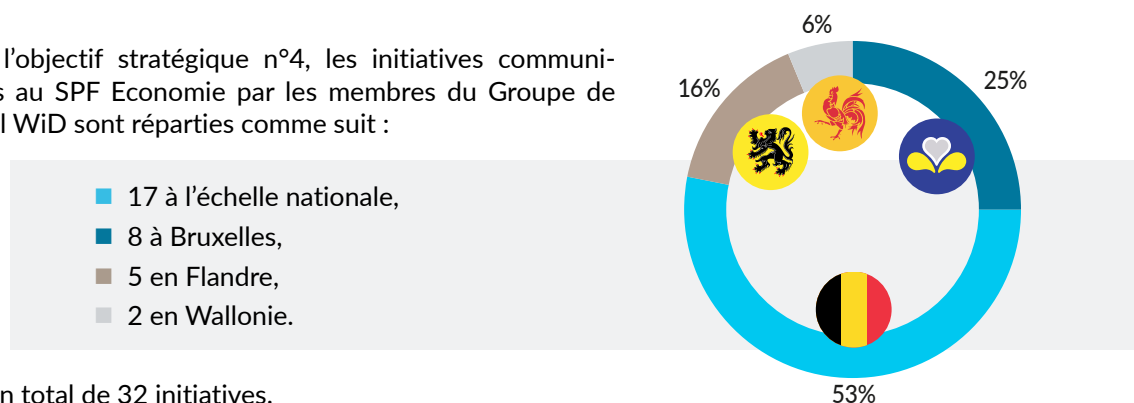


soit un total de 29 initiatives.

La majorité des initiatives est déployée à l'échelle nationale pour cet objectif.

### Objectif 4 : Construire de nouvelles images

Pour l'objectif stratégique n°4, les initiatives communiquées au SPF Economie par les membres du Groupe de travail WiD sont réparties comme suit :

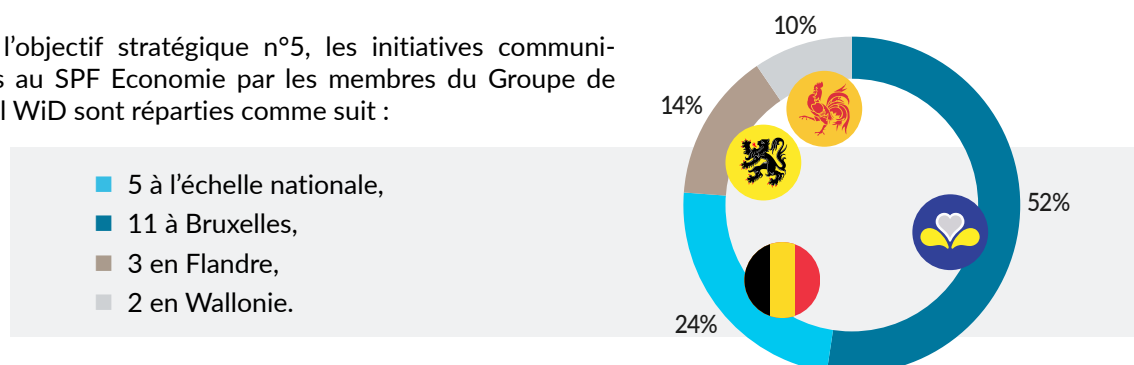


soit un total de 32 initiatives.

Plus de la moitié des initiatives communiquées au SPF Economie qui s'efforcent de créer de nouvelles images en rendant visibles des modèles féminins actifs dans le secteur numérique, auxquels les filles et les femmes peuvent s'identifier le sont à l'échelle nationale.

### Objectif 5 : Éliminer l'écart de genre dans les groupes cibles spécifiques

Pour l'objectif stratégique n°5, les initiatives communiquées au SPF Economie par les membres du Groupe de travail WiD sont réparties comme suit :



soit un total de 21 initiatives.

Pour l'objectif stratégique 5, nous constatons que Bruxelles est fortement représentée (52 %) dans les actions visant à éliminer l'écart de genre au sein de groupes spécifiques qui ont été communiquées au SPF Economie. Cela peut s'expliquer par la démographie de la population bruxelloise plus dense et cosmopolite, ce qui facilite une prise en charge ciblée.

## 4. Projets en cours menés par le SPF Economie

### 4.1. Projet de charte belge pour une représentation mixte des jouets

En vue d'atteindre le sous-objectif stratégique 1.1 : « Stimuler l'intérêt des enfants pour la technologie numérique dès leur plus jeune âge », la Fédération belge du jouet, en étroite collaboration avec le SPF Economie, élabore actuellement une charte pour une représentation mixte des jouets. L'objectif est de lutter contre les stéréotypes de genre et d'encourager les petites filles à choisir des jouets qui sont traditionnellement et erronément vus comme étant réservés aux garçons. Il est important de montrer aux filles qu'elles peuvent faire carrière dans les domaines TIC et STEM, en s'attaquant aux préjugés qui peuvent les freiner dès leur plus jeune âge et en éveillant leur curiosité par le jeu.

### 4.2. Campagne de communication 2023

La campagne « Women in Digital » s'est également concentrée sur l'objectif stratégique 1 « Veiller à ce que davantage de femmes obtiennent leur diplôme dans le secteur digital » ainsi que sur l'objectif 4 « Créer de nouvelles images ».

Sous le slogan « Je suis une fille (a)typique », la campagne à destination des jeunes filles de 12 à 18 ans et leurs parents a été lancée le 28 mars 2023, à la fois en ligne et par le biais d'affiches placées dans des lieux publics partout en Belgique.

Trois jeunes femmes, Hanna, Nabila et Maria, ont accepté de soutenir la campagne en montrant qu'il n'est pas **atypique** pour une jeune femme de travailler dans des domaines scientifiques et technologiques.

Les retours de la part des jeunes ont été très positifs. En outre, cette campagne a permis à de nouvelles organisations de rejoindre le groupe de travail WiD.



### 4.3. Journée européenne *Girls in ICT day* - événement : Rendez-vous avec votre futur

La journée internationale « *Girls in ICT* » est célébrée chaque année le quatrième jeudi d'avril afin de sensibiliser à l'importance des filles dans les TIC et afin d'encourager davantage de filles et de jeunes femmes à poursuivre des études dans les domaines des STEM/TIC.

En accord avec le groupe de travail et avec le soutien des ministres compétents, le SPF Economie a organisé un événement d'une demi-journée à l'occasion de cette journée internationale des filles dans les TIC, le 27 avril 2023.



« Dans l'ensemble, en termes de compétences numériques et internet, les femmes obtiennent des **résultats tout aussi bons** que ceux des hommes et des signaux positifs sont à relever, surtout chez les jeunes. »

Il s'agissait de la première édition en présentiel depuis 2021 et elle a été couronnée de succès. Plus de 350 étudiants du secondaire âgés de 16 à 18 ans issus de 6 écoles de tous les types d'enseignement (3 NL et 3 FR) ont participé à cette matinée. Une cinquantaine de stakeholders étaient également présents.

Au cours de la journée, les jeunes ont pu découvrir le témoignage de key note speakers, participer à un débat avec un panel d'experts et voir des démonstrations concrètes d'application des STEM et des TIC présentées par des femmes impliquées dans ces applications. La matinée s'est clôturée par les allocutions de membres éminents du gouvernement qui ont rappelé toute l'importance de la participation des jeunes filles dans le digital.

L'enthousiasme et la curiosité étaient au rendez-vous.

# Tribune de Valerie Tanghe

## ICT Woman of the year 2023

Valerie Tanghe est une professionnelle senior ayant plus de 30 ans d'expertise dans des environnements techniques et informatiques. Elle a suivi de très près les développements technologiques et IT tout au long de sa carrière et a aiguisé son expertise dans le domaine.

Très tôt dans sa carrière, Valerie s'est aperçue de l'écart de genre dans les secteurs STEM et TIC. Forte de ce constat, elle a souhaité œuvrer pour réduire cet écart de genre en tant que jeune professionnelle dans les domaines de la technologie et des TIC. Cela l'a amenée à participer à toutes sortes de projets visant à inciter les filles à entreprendre des études d'ingénieur.

Son parcours professionnel passionnant dans les mondes de la haute technologie et de l'IT, ainsi que son engagement sans faille pour montrer aux filles et aux jeunes femmes la voie des études et métiers STEM, lui ont valu le titre de « ICT Woman of the year 2023 ».

Valerie reste convaincue de l'importance de rôles modèles positifs dans la technologie et l'IT pour les jeunes femmes et leur entourage. Ces rôles modèles sont nécessaires pour venir à bout des préjugés et des obstacles auxquels sont confrontées les femmes et les inciter ainsi à s'orienter vers des études et une carrière dans la technologie et l'IT.

C'est pourquoi nous avons demandé à Valerie de contribuer à ce rapport d'activité en partageant sa vision sur la stratégie Women in Digital :

*« En tant que femme ingénieure comptant près de trente ans d'expérience dans le secteur des TIC et vu mon engagement depuis autant de temps en faveur d'une meilleure égalité au profit des femmes, je suis évidemment avec beaucoup d'intérêt le plan stratégique Women in Digital de l'autorité fédérale et les 5 piliers qui le sous-tendent.*

*Déjà dans les années 90, des femmes ingénieures se réunissaient régulièrement pour faire, au-delà du réseautage avec leurs « pair », de la sensibilisation dans les écoles secondaires afin d'inciter davantage de filles à entreprendre des études d'ingénieur. Comme elles étaient bénévoles, ces actions de sensibilisation cessaient au bout d'un certain nombre d'éditions ou lorsque les écoles nous trouvaient « trop âgées ».*

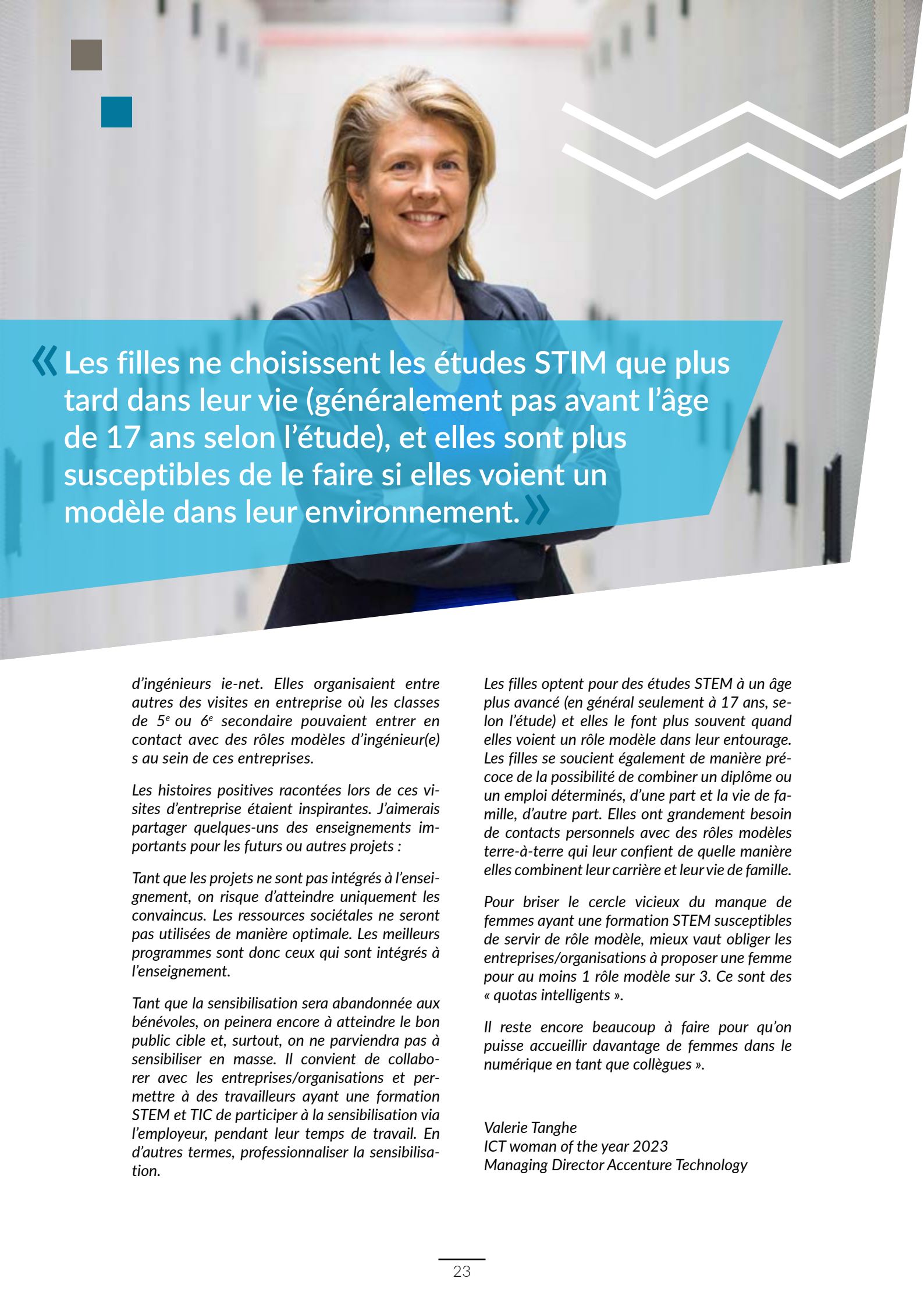
*Mais nous n'avons pas baissé les bras. En 2006, lorsque la KULeuven a lancé un projet d'étude sur la « femme ingénieure », nous y avons prêté notre concours avec grand plaisir. Dans cette étude, la problématique était abordée sous un angle positif, de manière orientée solution : pourquoi ces femmes ingénieures avaient-elles opté pour une orientation STEM malgré certaines barrières comme l'avis négatif des écoles ou de leur entourage familial, et comment ont-elles franchi ces barrières ?*

*L'étude a en outre identifié les entraves à la carrière des femmes ingénieures. Ces entraves-là se sont avérées être une version grossie des barrières que toutes les femmes rencontrent dans leur carrière : des dizaines d'obstacles supplémentaires que les femmes doivent surmonter comme supporter des stéréotypes ou encore parfois des questions ou des remarques faites avec de bonnes intentions.*

*Pour n'en citer qu'une seule, le patron d'une ingénieure visiblement très ambitieuse, enceinte de son 2<sup>e</sup> enfant, lui demande : « tu reviens bien travailler après ton accouchement, n'est-ce pas ? » Hein ! Évidemment qu'elle reviendra. Elle ne s'attendait pas à cette question...*

*De nombreuses filles de l'étude ont opté pour une orientation STEM car elles avaient un « rôle modèle » STEM dans la famille : un frère, un père, un oncle, parfois une sœur et très rarement une mère qui leur a montré/a appris le contenu des jobs qui peuvent être exercés avec ce diplôme.*

*Fortes de ces conclusions utiles, les ingénieures se sont tournées en 2008 vers le gouvernement flamand et ont collaboré plusieurs années avec plus d'une centaine d'entreprises pour faire de la sensibilisation par rapport aux STEM, avec des subventions flamandes de l'association*



« Les filles ne choisissent les études STIM que plus tard dans leur vie (généralement pas avant l'âge de 17 ans selon l'étude), et elles sont plus susceptibles de le faire si elles voient un modèle dans leur environnement. »

*d'ingénieurs ie-net. Elles organisaient entre autres des visites en entreprise où les classes de 5<sup>e</sup> ou 6<sup>e</sup> secondaire pouvaient entrer en contact avec des rôles modèles d'ingénieur(e)s au sein de ces entreprises.*

*Les histoires positives racontées lors de ces visites d'entreprise étaient inspirantes. J'aimerais partager quelques-uns des enseignements importants pour les futurs ou autres projets :*

*Tant que les projets ne sont pas intégrés à l'enseignement, on risque d'atteindre uniquement les convaincus. Les ressources sociétales ne seront pas utilisées de manière optimale. Les meilleurs programmes sont donc ceux qui sont intégrés à l'enseignement.*

*Tant que la sensibilisation sera abandonnée aux bénévoles, on peinera encore à atteindre le bon public cible et, surtout, on ne parviendra pas à sensibiliser en masse. Il convient de collaborer avec les entreprises/organisations et permettre à des travailleurs ayant une formation STEM et TIC de participer à la sensibilisation via l'employeur, pendant leur temps de travail. En d'autres termes, professionnaliser la sensibilisation.*

*Les filles optent pour des études STEM à un âge plus avancé (en général seulement à 17 ans, selon l'étude) et elles le font plus souvent quand elles voient un rôle modèle dans leur entourage. Les filles se soucient également de manière précoce de la possibilité de combiner un diplôme ou un emploi déterminés, d'une part et la vie de famille, d'autre part. Elles ont grandement besoin de contacts personnels avec des rôles modèles terre-à-terre qui leur confient de quelle manière elles combinent leur carrière et leur vie de famille.*

*Pour briser le cercle vicieux du manque de femmes ayant une formation STEM susceptibles de servir de rôle modèle, mieux vaut obliger les entreprises/organisations à proposer une femme pour au moins 1 rôle modèle sur 3. Ce sont des « quotas intelligents ».*

*Il reste encore beaucoup à faire pour qu'on puisse accueillir davantage de femmes dans le numérique en tant que collègues ».*

Valerie Tanghe  
ICT woman of the year 2023  
Managing Director Accenture Technology

## Conclusion

D'une part, nous constatons actuellement une pénurie importante de spécialistes TIC en Europe et en Belgique et, à politique inchangée, elle ne fera qu'augmenter à l'avenir. D'autre part, les femmes, qui représentent un peu plus de la moitié de la population, s'orientent très peu vers les métiers du numérique qui sont présentés comme étant réservés aux hommes. La représentation de ces métiers véhicule, souvent de manière inconsciente, des biais de genre ou une culture organisationnelle non inclusive.

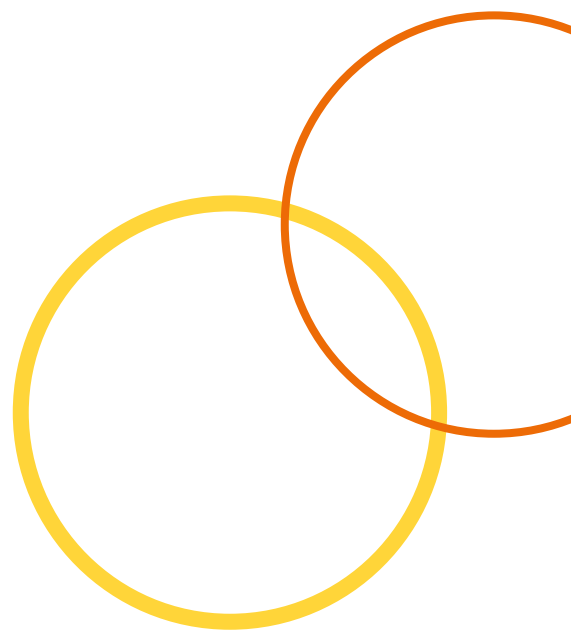
Avec l'élaboration de la stratégie WiD, le SPF Economie souhaite doter les acteurs concernés d'un moyen de lutter contre ce phénomène dans le but d'atteindre une plus grande égalité de genre dans le secteur numérique.

En collaboration avec le groupe de travail Women in Digital, composé de partenaires issus de secteurs variés : public, privé, associations, réseaux d'enseignement, médias et autres organisations, les initiatives répertoriées dans ce rapport visent à encourager les femmes à s'impliquer davantage et à stimuler leur intérêt pour les métiers du numérique.

Afin de s'assurer que la stratégie porte ses fruits et que davantage de femmes jouent effectivement un rôle actif dans ce secteur, il est important de poursuivre nos efforts collectifs et de monitorer les résultats obtenus.

Pour progresser, les différents acteurs doivent s'auto-évaluer et s'assurer que les actions spécifiques mises en place à leur niveau, prennent en compte différents facteurs (âge, origines, niveau d'éducation...) et conduisent aux résultats escomptés.

Le SPF Economie s'attèle actuellement à l'élaboration d'indicateurs clés de performance, afin de pouvoir réaliser, à terme, un bilan de la mise en œuvre de la stratégie.





SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie

Rue du Progrès 50  
1210 Bruxelles  
N° d'entreprise : 0314.595.348  
[economie.fgov.be](http://economie.fgov.be)