



**OPIIEC**

Observatoire des métiers du Numérique,  
de l'Ingénierie, du Conseil et de l'Évènement

## RAPPORT D'ÉTUDE

# Reconversion des femmes dans les métiers du numérique

Septembre 2025

NUMÉRIQUE

# SOMMAIRE

<b>PARTIE 1. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA DÉMARCHE.....</b>	<b>4</b>
1.1. LA RECONVERSION DES FEMMES DANS LE NUMÉRIQUE COMME LEVIER CLÉ .....	5
1.2. PÉRIMÈTRE DE LA DÉMARCHE .....	6
1.2.1. LE SECTEUR DU NUMÉRIQUE .....	6
1.3. LES OBJECTIFS VISÉS PAR LA DÉMARCHE .....	7
<b>PARTIE 2. MÉTHODOLOGIE DÉPLOYÉE .....</b>	<b>8</b>
2.1. SYNTHÈSE DE LA MÉTHODOLOGIE DEPLOYÉE .....	9
2.2. UNE MÉTHODOLOGIE MULTIMODALE.....	9
2.2.1. MOBILISATION DES TRAVAUX EXISTANTS .....	9
2.2.2. MOBILISATION DE RÉCITS ET DE TÉMOIGNAGES .....	9
2.2.3. MOBILISATION D'UNE ENQUÊTE QUANTITATIVE AUPRÈS DES ENTREPRISES DU SECTEUR .....	12
2.2.4. MOBILISATION D'UNE ANALYSE DES CONTENUS DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION DU SECTEUR .....	12
<b>PARTIE 3. ANALYSE DES PRATIQUES .....</b>	<b>14</b>
3.1. UNE VISIBILITÉ A RENFORCER .....	15
3.1.1. UNE VISIBILITÉ DE LA DIVERSITÉ DES MÉTIERS ENCORE INSUFFISANTE.....	15
3.1.2. LES FEMMES PARLENT DE PLUS EN PLUS DE LEUR MÉTIER ....	20
3.1.3. LES PRATIQUES DES ENTREPRISES ÉVOLUENT POUR ÊTRE PLUS INCLUSIVES .....	27
3.2. VERS DES PRATIQUES DE RECRUTEMENT PLUS OUVERTES MAIS ENCORE SÉLECTIVES .....	29
3.2.1. RÉSEAUX SOCIAUX ET COOPTATION : DEUX VECTEURS CLÉS DU RECRUTEMENT .....	29
3.2.2. UNE ATTENTION ENCORE MARQUÉE POUR LES SAVOIR-FAIRE	31
3.3. DES PROFILS RECRUTÉS QUI SE DIVERSIFIENT .....	35
3.4. LA PLACE DES FEMMES DE PLUS EN PLUS PLÉBISCITÉE PAR LES ENTREPRISES.....	38
3.5. DES PROFILS EN RECONVERSION PLÉBISCITÉS POUR LEUR SAVOIR-ÊTRE OU LEUR CONNAISSANCE SECTORIELLE .....	41

<b>PARTIE 4. PARCOURS DE FEMMES.....</b>	<b>46</b>
4.1. LA PLACE DES FEMMES DANS LE SECTEUR NUMERIQUE .....	48
4.2. LES ENJEUX ET DEFIS DE LA RECONVERSION DES FEMMES DANS LE NUMERIQUE.....	50
4.3. LES FEMMES ET LA RECONVERSION .....	53
4.4. FREINS DE LA RECONVERSION DES FEMMES.....	55
4.5. PARCOURS DE RÉUSSITE .....	57
<b>PARTIE 5. DES AXES DE RÉFLEXIONS À INVESTIGUER.....</b>	<b>70</b>
5.1. FAVORISER LA RECONVERSION DES FEMMES DANS LE NUMÉRIQUE : CONSTATS PARTAGÉS .....	71
5.2. DES INITIATIVES REPÉRÉES POUR FAVORISER LA RECONVERSION DES FEMMES DANS D'AUTRES PAYS .....	73
5.3. RECONVERSION ET MIXITÉ : PRATIQUES INSPIRANTES D'AUTRES SECTEURS HISTORIQUEMENT MASCULINS .....	77
5.4. DES ACTIONS À PENSER .....	80
<b>ANNEXES .....</b>	<b>81</b>
COMPLÉMENT STATISTIQUE SUR LA PLACE DES FEMMES DANS LES DIFFÉRENTES FAMILLES DE MÉTIER DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE.....	82
COMPLÉMENT STATISTIQUE SUR LA PLACE DES PROFILS ISSUS D'UNE RECONVERSION DANS LES DIFFÉRENTES FAMILLES DE MÉTIER DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE .....	84
COMPLÉMENT STATISTIQUE SUR LA PLACE DES FEMMES ISSUES D'UNE RECONVERSION DANS LES DIFFÉRENTS MÉTIERS DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE.....	86
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	87

# **PARTIE 1.**

## **CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA DÉMARCHE**

## 1.1. LA RECONVERSION DES FEMMES DANS LE NUMÉRIQUE COMME LEVIER CLÉ

Le secteur du numérique est l'un des moteurs de l'économie et de l'innovation en France et dans le monde. Il offre de nombreuses opportunités d'emploi, notamment dans des métiers en tension tels que le développement informatique, la cybersécurité, la data science ou encore l'intelligence artificielle. Pourtant, les femmes y restent largement sous-représentées.

En France, les femmes représentent moins de 3 salariés sur 10 dans le secteur du numérique.

### Un enjeu qui s'inscrit dans un environnement de fort besoin en compétences

**85%**

85% des entreprises ont des besoins de recrutement importants sur les métiers avec une forte composante technique, et 50% d'entre elles rencontrent des difficultés à recruter dans ces domaines<sup>1</sup>

### Une décroissance de la présence des femmes dans le secteur du numérique

**24%**

Selon l'INSEE, en 2023, les femmes occupent 24% des emplois dans les professions numériques, un pourcentage qui est resté relativement stable ces dernières années<sup>2</sup>.

Or, de 1972 à 1985, la filière informatique était la deuxième filière comportant le plus de femmes ingénieures au sein des formations techniques.

### Les causes d'une sous-représentation persistante

Plusieurs facteurs expliquent cette faible présence des femmes dans le numérique :

- **Stéréotypes de genre** : Les métiers du numérique restent perçus comme techniques et "masculins", ce qui freine l'orientation des jeunes filles vers ces filières dès le collège et le lycée.
- **Manque de modèles féminins** : L'absence de figures inspirantes ou de mentores dans le secteur limite l'identification et la projection des femmes dans ces carrières.
- **Auto-censure et manque de confiance** : Les femmes s'auto-censurent souvent face à des environnements perçus comme compétitifs ou peu inclusifs.
- **Difficultés d'accès à la formation** : Les femmes sont moins nombreuses dans les écoles d'ingénieurs et les cursus informatiques, ce qui réduit le vivier de candidates.

<sup>1</sup> Baromètre 2023 Social Builder x Numeum.

<sup>2</sup> Insee, 2023

## Les enjeux de la féminisation du numérique

La faible représentation des femmes dans le numérique constitue un enjeu majeur à plusieurs niveaux :

- Performance et innovation : De nombreuses études démontrent que la mixité favorise la créativité, l'innovation et la performance des équipes.
- Réponse à la pénurie de talents : Le secteur fait face à un déficit de compétences ; attirer davantage de femmes est une réponse concrète à ce besoin.
- Égalité des chances et inclusion : Favoriser l'accès des femmes au numérique contribue à réduire les inégalités professionnelles et salariales.

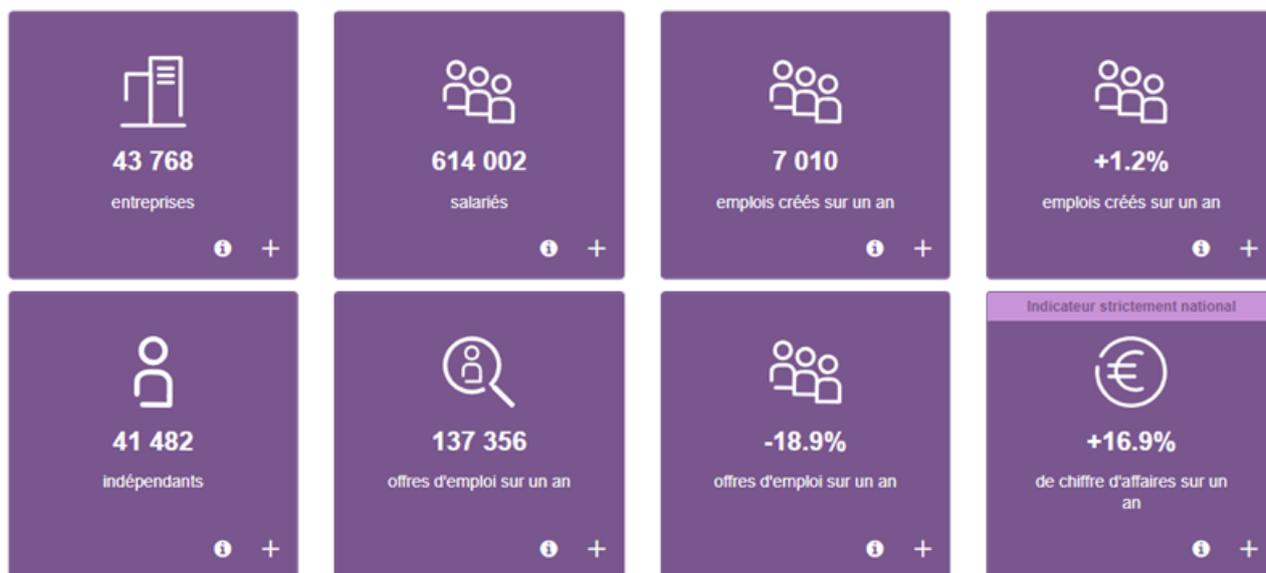
## 1.2. PÉRIMÈTRE DE LA DÉMARCHE

### 1.2.1. LE SECTEUR DU NUMÉRIQUE

La démarche actuelle concerne le secteur du numérique.

Le secteur Numérique regroupe les éditeurs de logiciels, les entreprises de services du numérique (ESN) et les entreprises de conseil en technologies. Découvrez les chiffres clés, les métiers et les dynamiques de recrutement des entreprises du secteur numérique, au niveau national ou régional.

#### Chiffres clés du secteur



Entreprises, Insee, salariés, emplois créés - 31/12/2023  
Indépendants – Insee, 31/12/2021  
Offres d'emploi – Textkernel, 31/12/2024  
Chiffre d'affaires – Insee, 31/12/2022

### 1.3. LES OBJECTIFS VISÉS PAR LA DÉMARCHE

L'objectif central de cette étude est d'explorer les opportunités et les défis liés à la reconversion des femmes dans les métiers du numérique afin de proposer des solutions pour accroître leur présence dans ce secteur.

L'étude doit atteindre plusieurs objectifs clés :



**Identifier** les motivations et les freins spécifiques des femmes à se reconvertir vers ces métiers, en tenant compte des facteurs liés au genre,



**Analyser** les raisons qui mènent certaines femmes à abandonner leur formation ou leur parcours dans le numérique,



**Examiner** les trajectoires de reconversion, y compris les parcours typiques et atypiques, tout en identifiant les défis rencontrés,



**Recenser** et analyser les initiatives actuelles favorisant la reconversion des femmes, notamment en termes de recrutement, formation et progression de



**Analyser** les modèles de réussite des reconversions pour en dégager les stratégies efficaces,

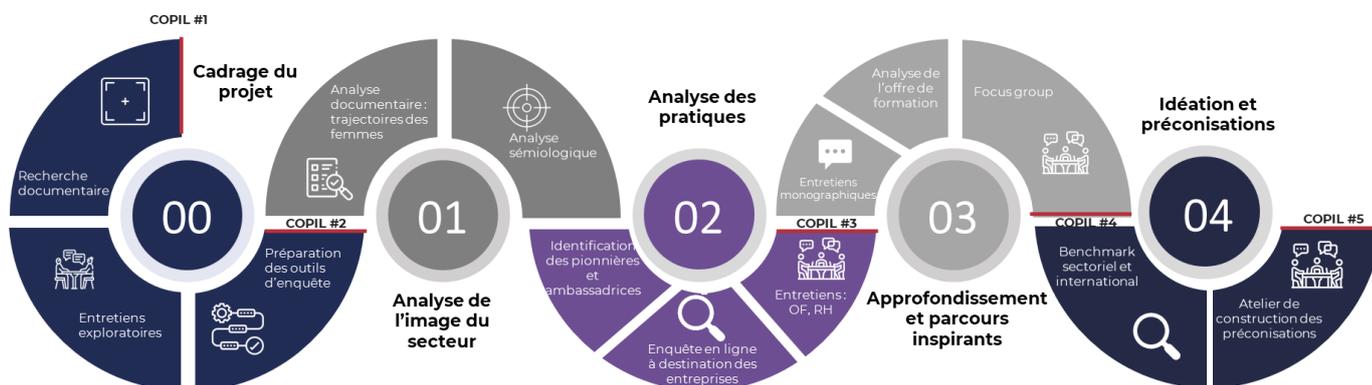


**Répertorier** des ambassadrices et pionnières dans ces métiers pour des projets d'attractivité

## **PARTIE 2.**

# **MÉTHODOLOGIE DÉPLOYÉE**

## 2.1. SYNTHÈSE DE LA MÉTHODOLOGIE DEPLOYÉE



## 2.2. UNE MÉTHODOLOGIE MULTIMODALE

### 2.2.1. MOBILISATION DES TRAVAUX EXISTANTS

#### Analyse documentaire

Une revue de littérature ciblée a été conduite afin de documenter les parcours professionnels des femmes et d'identifier les freins et leviers à la reconversion professionnelle. L'analyse a porté sur **50 documents et articles** éclairant les trajectoires, les motivations et les obstacles rencontrés, à partir de sources récentes et sectorielles.

### 2.2.2. MOBILISATION DE RÉCITS ET DE TÉMOIGNAGES

#### Entretiens auprès d'expert·es

**10 entretiens ont été réalisés** avec des structures actives dans la promotion de la mixité dans le numérique ou dans l'accompagnement de femmes en reconversion. Ces échanges ont permis d'identifier :

- L'évolution de la place des femmes dans le secteur du numérique
- Les leviers de motivation des femmes à engager un parcours de reconversion professionnelle
- La visibilité des métiers du numérique
- Les freins existants dans les parcours de reconversion dans le secteur du numérique
- Les initiatives existantes ou les actions à mettre en œuvre pour favoriser ces parcours

Les structures interrogées :



**Profession'L** : l'association Profession'L agit, depuis 2012 sur l'ensemble du territoire français, pour plus de mixité et d'égalité dans le monde professionnel. Profession'L met en relation des experts du monde de l'entreprise et de l'emploi avec des femmes en quête de renouveau, d'évolution ou de reconversion.



**Social Builder** : Social Builder accélère la présence des femmes dans les métiers du numérique grâce à des actions d'orientation, de formation et d'insertion qui mixent des compétences techniques du numérique avec les compétences humaines et le leadership au féminin. Social Builder a accompagné et orienté plus de 80 000 femmes et formé plus de 40 000 femmes aux compétences du numérique et du leadership.



**Numéric Emploi Occitanie** : Numéric'Emploi est un dispositif créé par Numeum qui permet chaque année le recrutement de plus d'une centaine de demandeurs d'emploi dans un métier du numérique grâce au plan d'accompagnement individualisé proposé aux candidats.



**LDigital** : L'association LDigital œuvre en faveur de la mixité dans les métiers du numérique en Auvergne-Rhône-Alpes. Elle intervient auprès de différents publics :

- Sensibilisation des jeunes, de la maternelle à l'université aux métiers du numérique
- Accompagnement de femmes en transition professionnelle vers les métiers et opportunités du numérique
- Incitation et valorisation de la mixité dans les métiers du numérique en entreprise

#### Entretiens auprès des entreprises

**11 dirigeant-es, RH ou managers de structures** de tailles variées (de moins de 10 à plus de 300 salarié-es) ont été interrogé-es sur les thématiques suivantes :

- Retour d'expérience sur le recrutement de femmes en reconversion (contexte du recrutement, atouts et points d'amélioration identifiés)
- Actions mises en œuvre (recrutement, intégration, etc.)
- Communication et promotion des métiers

## Les entreprises interrogées

Fonction de l'interlocuteur	Taille entreprise	Territoire d'implantation	Région
Responsable RH - RSE	Entre 10 et 49 salariés	Urbain	Nouvelle-Aquitaine
Chef d'entreprise	Moins de 10 salariés	Urbain	Île-de-France
Chief Product Officer	De 50 à 149 salariés	Péri-urbain	Île-de-France
Chargée de projet Talents	Entre 10 et 49 salariés	Urbain	Occitanie
Responsable du Pôle Talents	Entre 10 et 49 salariés	Urbain	Île-de-France
Dirigeante	Moins de 10 salariés	Péri-urbain	Pays de la Loire
Responsable Equipe	Entre 10 et 49 salariés	Urbain	Nouvelle-Aquitaine
Directeur	Entre 10 et 49 salariés	Urbain	Hauts-de-France
Directeur	De 50 à 149 salariés	Urbain	Île-de-France
Dirigeante	Moins de 10 salariés	Urbain	Occitanie
Dirigeante	Moins de 10 salariés	Urbain	Guyane
Responsable recrutement	300 salariés ou plus	Urbain	Île-de-France

## Entretiens auprès de femmes

Afin de pouvoir approfondir les parcours des femmes dans leur projet de reconversion **10 entretiens** ont été menés auprès d'une diversité de femmes étant à différents moments de leur parcours de reconversion et souhaitant intégrer différents postes dans le secteur du numérique.

## Les femmes interrogées

Prénom*	Métier d'origine	Situation actuelle	Métier occupé ou visé
Elise	Coordinatrice de planning	En formation	Administrateur systèmes, réseaux et sécurité
Sophie	Chargée de dossiers	En emploi	Intégratrice logicielle métier
Audrey	Gestionnaire locative	En création d'entreprise	Développeuse web Fullstack
Nathalie	Assistante marketing digital	En emploi	Cheffe de projets
Camille	Conductrice de machines	En stage	Technicienne d'assistance en informatique
Isabelle	Responsable de secteur	En formation	Webdesigner
Julie	Standardiste polyvalente	En emploi	Technicienne Support Informatique
Anne	Business Manager	En emploi	Chief Product Officer
Amina		En formation	Développeuse web
Véronique	Responsable du pilotage et de la performance	En formation	Data Analyst

\* les prénoms ont été changés afin de garantir l'anonymat des femmes interrogées

### **2.2.3. MOBILISATION D'UNE ENQUÊTE QUANTITATIVE AUPRÈS DES ENTREPRISES DU SECTEUR**

#### Enquête en ligne à destination des entreprises

Un questionnaire en ligne a été diffusé entre mars et avril 2025 auprès d'entreprises du secteur pour recueillir des données sur leurs pratiques et perceptions concernant la reconversion professionnelle des femmes. Cette enquête a permis de recueillir **220 réponses** au cours de cette période.

Caractéristiques des répondants à l'enquête :

- 32 % des entreprises ont moins de 10 salarié-es
- 48 % interviennent dans la programmation (multi-réponses possibles)
- 79 % sont implantées en zone urbaine

A noter : le nombre de répondants à l'enquête n'est pas représentatif du secteur du numérique. Les informations issues du questionnaire sont à interpréter comme tendances.

### **2.2.4. MOBILISATION D'UNE ANALYSE DES CONTENUS DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION DU SECTEUR**

#### Analyse sémiologique des contenus de communication

L'image perçue d'un secteur joue un rôle important dans son attractivité. L'audit sémiologique permet d'analyser les effets d'un vecteur de communication sur un public cible. Il permet de faire le point sur les dimensions visuelles, sensorielles et perceptives dégagées par un support digital, qu'il s'agisse d'un site web ou d'une offre d'emploi.

Dans la mesure où il y a une interaction entre un émetteur et un récepteur par l'intermédiaire d'un vecteur digital, l'analyse sémiologique fait sens pour étudier les signes et les phénomènes de réception côté utilisateur cible.

Ainsi, une analyse sémiologique a été réalisée sur un corpus de sites internet (institutionnels et entreprises) afin d'évaluer leur adéquation avec les attentes des femmes en reconversion professionnelle.

Travail réalisé :

- Constitution d'un corpus de 25 pages internet communiquant sur au moins un des sujets suivants
  - Présentation du secteur du numérique et de ses métiers
  - Emploi des femmes
  - Reconversion professionnelle
- Analyse quantitative de la sémantique utilisée
- Étude des supports visuels et textuels mobilisés (photos, vidéos, textes)

## **AVERTISSEMENT**

### **À propos des sources mobilisées dans ce rapport**

Dans un souci de clarté, seules les sources des éléments externes à la présente étude sont mentionnées explicitement (études existantes, publications, articles, etc.). Les graphiques et données chiffrées issus de la démarche conduite spécifiquement pour cette étude (questionnaire auprès des entreprises, entretiens) ne sont donc pas sourcés individuellement.

Cette approche vise à distinguer clairement les apports propres à l'étude de ceux issus de la littérature ou de sources secondaires.

## **PARTIE 3.**

# **ANALYSE DES PRATIQUES**

## 3.1. UNE VISIBILITÉ A RENFORCER

### 3.1.1. UNE VISIBILITÉ DE LA DIVERSITÉ DES MÉTIERS ENCORE INSUFFISANTE

#### Rappel méthodologique

Cette partie s'appuie sur une analyse sémiologique de sites internet présentant le secteur afin de comprendre l'image perçue de ce domaine, en particulier dans le contexte de la reconversion professionnelle des femmes. Il est essentiel de souligner que cette démarche ne vise pas à décrire la réalité objective du secteur ou des pratiques des entreprises, mais bien à décrypter les discours, les symboles et les représentations véhiculés auprès du public.

L'analyse sémiologique s'intéresse à la manière dont le langage, les images, la mise en scène visuelle et les choix éditoriaux contribuent à façonner une certaine vision du numérique. Cette image, construite par les sites internet institutionnels, de promotion du secteur ou des entreprises elles-mêmes, influence les perceptions, les attentes et parfois les décisions des personnes en reconversion. Il s'agit donc d'un regard porté sur la « vitrine » du secteur, qui peut différer sensiblement de la réalité vécue au sein des entreprises ou sur le marché du travail.

Malgré une forte croissance, le secteur du numérique souffre d'un déficit de visibilité quant à la diversité des métiers qu'il propose. Cette méconnaissance constitue un frein majeur à l'attractivité des profils en reconversion, en particulier des femmes, qui peuvent se sentir exclues ou illégitimes face à des intitulés de postes techniques ou des descriptions de missions complexes.

## Un secteur du numérique comme promesse d'avenir

**« L'intelligence artificielle, la cybersécurité, le développement web : autant de domaines qui façonnent notre futur. »**

L'un des constats majeurs issus de cette analyse est la présentation quasi unanime du secteur du numérique comme une promesse d'avenir. Sur l'ensemble des sites étudiés, le numérique est systématiquement associé à des valeurs de dynamisme, de modernité et d'innovation. Le secteur y est décrit comme étant en constante évolution, porteur d'opportunités et caractérisé par des besoins massifs en recrutement.

Des domaines spécifiques comme l'intelligence artificielle, la cybersécurité ou le développement web sont mis en avant comme des piliers du futur, renforçant ainsi l'idée que le numérique est synonyme d'avenir et de progrès.



### **Illustration**

#### France Travail – Former et recruter pour les défis de demain

La communication institutionnelle de France Travail illustre parfaitement la construction d'un secteur du numérique perçu comme dynamique, porteur et en constante évolution. À l'occasion de la Semaine des Métiers du Numérique 2025, France Travail met en avant l'ampleur des besoins en recrutement, la diversité des opportunités et l'importance stratégique de la formation pour répondre aux défis de demain.

“

*En 2024, le secteur du numérique représentait 873 000 emplois.*

**Portrait sectoriel national « filière du numérique » Novembre  
2024**

France Travail insiste également sur la vitalité du secteur, en soulignant que près de 424 200 offres d'emploi ont été diffusées sur leur plateforme au cours des trois premiers trimestres de 2024, et que plus de 1,2 million de recrutements (hors intérim) ont été réalisés dans ce domaine.

## Une terminologie intimidante et des descriptions de poste peu claires

L'image du secteur révèle une certaine complexité et l'opacité du langage utilisé pour désigner les métiers et décrire les postes. La terminologie propre au numérique, souvent anglicisée et très technique, peut apparaître comme un véritable obstacle pour des personnes en reconversion, en particulier lorsqu'elles ne disposent pas d'une expérience préalable dans ce domaine.

Des intitulés de postes tels que « Pentesteur », « Data Scientist », « DevOps Engineer » ou « Scrum Master » peuvent sembler ésotériques, voire intimidants, pour des candidates issues d'autres secteurs. Ce vocabulaire spécialisé contribue à créer une barrière psychologique, en donnant l'impression que ces métiers sont réservés à des experts ou à des initiés, alors même que certaines compétences requises sont accessibles à des profils variés.



### Illustration

#### Le lexique du numérique de la Grande École du Numérique

##### **Dictionnaire des termes du numérique**

Le vocabulaire dans le numérique regorge de termes qui ne sont pas toujours clairs pour tous. Retrouvez sur cette page une liste de termes dans le numérique pour tout comprendre.

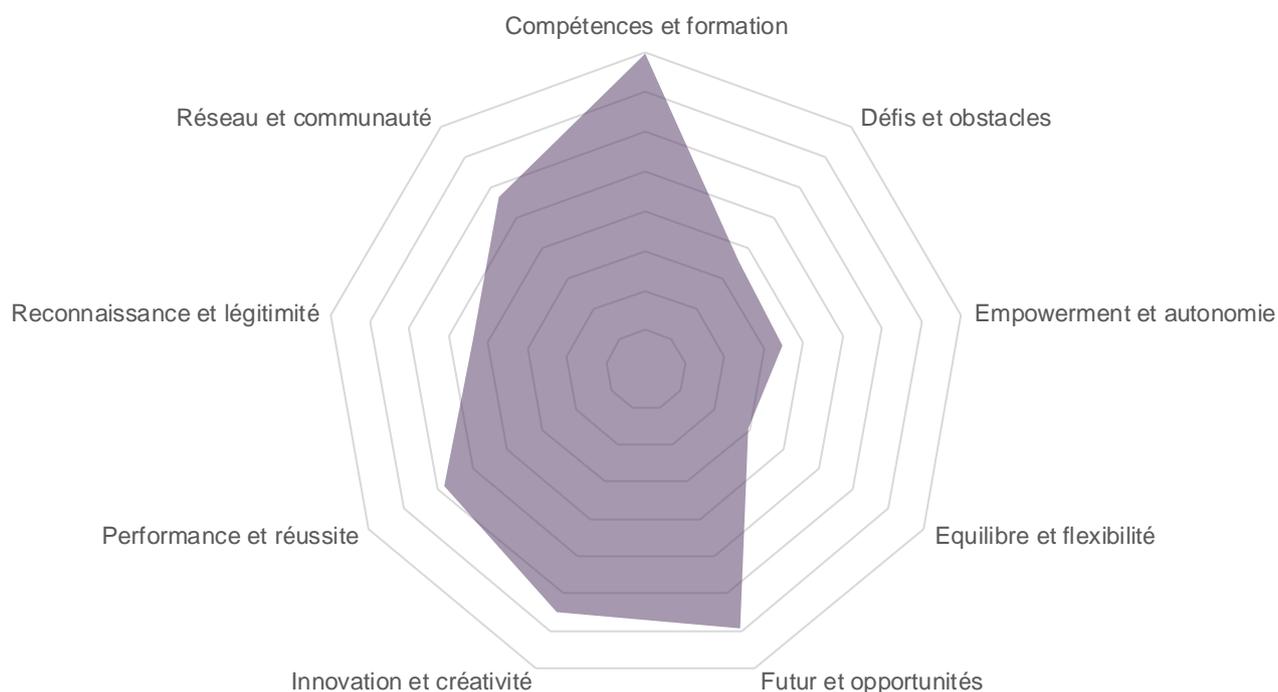


Face à la complexité et à l'opacité du vocabulaire employé dans le secteur, la Grande École du Numérique (GEN) a mis en place un « lexique du numérique », accessible en ligne, qui recense et explique les termes techniques les plus couramment utilisés dans les métiers du numérique. Ce dictionnaire propose, par exemple, des définitions pour des intitulés de poste comme « Chef de Projet Digital », « Community Manager » ou encore des concepts techniques tels que « Cloud computing » ou « Clustering »

Cette initiative illustre la nécessité de clarifier les intitulés et les missions des métiers du numérique.

## Un discours centré sur les compétences

**Graphique 1** – Familles de termes récurrents dans les sites de promotion du secteur du numérique et de ses métiers



Champs : Les familles de termes récurrents ont été identifiées à l'appui d'une analyse sémiologique qui a analysé les termes utilisés au sein de 30 pages de promotion du secteur et de ces métiers. Ces termes ont été regroupés au sein de familles au regard de la thématique qu'ils illustrent.

L'image du secteur révèle une nette prédominance du discours autour des compétences et de la formation dans la présentation du secteur du numérique. Les discours employés insistent massivement sur la nécessité de se former, de développer des compétences techniques et de s'inscrire dans une logique d'apprentissage continu pour accéder et évoluer au sein des métiers du numérique. Cette focalisation traduit une vision du secteur comme un univers exigeant, où la maîtrise des savoir-faire techniques conditionne l'accès à l'emploi et la réussite professionnelle.

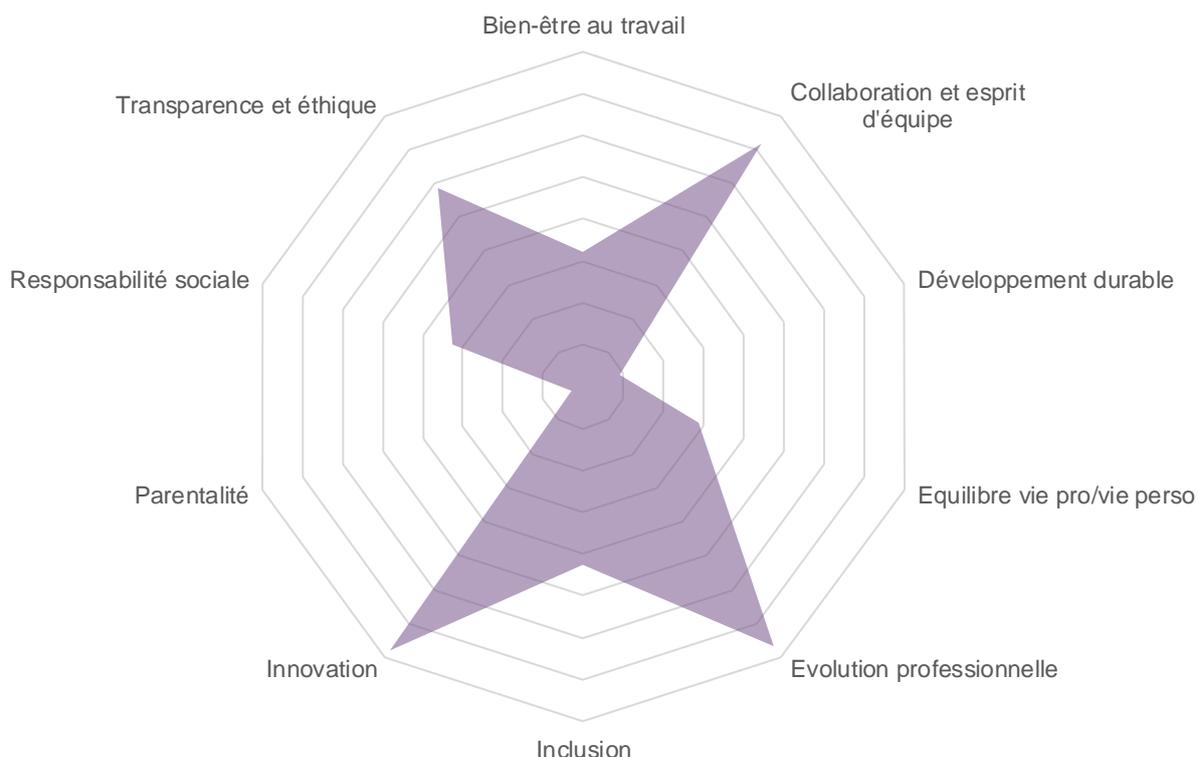
En revanche, d'autres dimensions importantes sont reléguées au second plan. Les questions d'équilibre entre vie professionnelle et personnelle, d'autonomie, d'empowerment, mais aussi les défis et obstacles potentiels, sont peu abordées. De même, l'innovation, la créativité et la projection vers le futur, pourtant régulièrement associées à l'image du numérique, ne sont pas au cœur des discours.

Ce déséquilibre dans la représentation contribue à renforcer l'idée d'un secteur technique, exigeant et centré sur la performance, au détriment d'une approche plus globale et inclusive. Il peut ainsi

participer à décourager certains publics, notamment ceux qui attendent du secteur du numérique des valeurs d'ouverture, de collaboration, de créativité ou de flexibilité. Pour favoriser une reconversion plus large et plus inclusive, il serait pertinent d'élargir la communication autour du numérique à ces dimensions aujourd'hui sous-représentées.

### Des entreprises mettent en avant leurs valeurs et engagements

Graphique 2 – Valeurs et engagements mis en avant par les entreprises du secteur du numérique



Si la collaboration, l'innovation et l'évolution professionnelle sont fortement valorisées au sein des discours présentant le secteur et ses métiers, d'autres dimensions pourtant essentielles à l'attractivité et à la diversité du secteur restent en retrait.

La faible visibilité de l'inclusion, de l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle, de la parentalité ou encore de la responsabilité sociale et de l'éthique traduit une communication centrée sur la performance et sur la réussite. Cette focalisation peut renforcer l'image d'un secteur exigeant, parfois au détriment de l'accessibilité et de la prise en compte des besoins spécifiques de certains publics, notamment des femmes en reconversion ou des personnes en recherche d'un environnement de travail plus inclusif et équilibré.

Ce constat soulève la question de l'adéquation entre les attentes des candidats en reconversion – qui accordent souvent une importance particulière à l'inclusion, au bien-être et à la conciliation des temps de vie – et l'image projetée par les entreprises du numérique.

### 3.1.2. LES FEMMES PARLENT DE PLUS EN PLUS DE LEUR MÉTIER

Afin de rendre visible la place des femmes dans le secteur du numérique, de plus en plus de salariées ou d'expertes prennent la parole au travers différents canaux de communication :

- **Réseaux sociaux professionnels (LinkedIn)** : Ces plateformes sont privilégiées pour partager des articles, des réflexions sur l'actualité du secteur, des conseils de carrière et des offres d'emploi. Elles permettent de toucher un public ciblé de professionnels et de recruteurs.

Exemple : Fatima Bellaredj, data scientist, partage régulièrement sur LinkedIn des articles sur l'IA, des conseils pour les débutants et des offres d'emploi. Elle utilise également le réseau X pour relayer des informations sur des événements et des conférences.

- **Conférences et événements** : Participer à des conférences, des tables rondes ou des événements sectoriels permet de gagner en visibilité, de partager son expertise et de réseauter avec d'autres professionnels.

Exemple : Isabelle Mashola participe régulièrement à des conférences sur l'impact social du numérique et l'inclusion des femmes dans ce secteur. Elle y partage son expérience en tant que co-fondatrice de isahit et donne des conseils aux jeunes entrepreneurs.

- **Blogs et articles** : Écrire des articles de blog ou des tribunes dans des médias spécialisés permet de partager des connaissances, de donner son point de vue sur des sujets d'actualité et de se positionner comme une experte dans son domaine.

Exemple : Delphine Remy-Boutang publie régulièrement des articles sur LinkedIn et sur le site de [theBureau](#) sur les tendances de l'innovation, les enjeux de la transformation numérique et l'importance de la diversité dans les équipes.

- **Vidéos** (YouTube, plateformes de formation en ligne) : Créer des vidéos permet de vulgariser des concepts techniques, de donner des conseils pratiques et de partager son expérience de manière plus accessible.

Exemple : Geneviève Masioni a partagé sur YouTube son expérience du processus de recrutement chez Google, soulignant l'exigence des entretiens techniques et l'importance d'une préparation rigoureuse.

- **Podcasts** : Animer ou participer à des podcasts permet de toucher un public plus large et de partager des conversations intéressantes sur les enjeux du numérique.

Exemple : Roxanne Varza est régulièrement invitée dans des podcasts pour parler de l'écosystème des start-up, de l'innovation et de la place des femmes dans le numérique.



## Elles parlent de leur métier

### Portrait de Geneviève Masioni : à la croisée des expertises

Geneviève Masioni incarne la nouvelle génération de femmes du numérique, à la fois technicienne, entrepreneure et experte en expérience client. Basée à Paris, elle se distingue par un parcours hybride, mêlant développement web, conseil en e-commerce et création de contenus pédagogiques.

Diplômée d'un master en informatique spécialisé en traitement d'image et intelligence artificielle, Geneviève débute sa carrière comme développeuse web. Rapidement, elle réalise que l'impact du code ne se limite pas à la technique : ce qui fait la différence, c'est l'expérience vécue par l'utilisateur. Elle s'oriente alors vers la personnalisation de l'expérience client, un domaine où elle conjugue **expertise technique** et **sens stratégique**.

Aujourd'hui, Geneviève est consultante indépendante en expérience client e-commerce, experte Shopify et passionnée par l'email marketing. Elle accompagne principalement des marques éthiques, pour lesquelles elle conçoit des parcours clients sur mesure, développe des outils de personnalisation et optimise la fidélisation grâce à des stratégies d'automatisation. Son approche se veut holistique : elle ne se contente pas de livrer des solutions techniques, mais travaille en étroite collaboration avec ses clients pour comprendre leurs objectifs, leur audience et leur identité de marque.

Geneviève est également reconnue pour son engagement dans la **transmission et la vulgarisation**. Très active sur YouTube et GitHub, elle partage des tutoriels, des conseils pour réussir les entretiens techniques et des ressources pour apprendre à coder, s'adressant aussi bien aux débutants qu'aux professionnels souhaitant se perfectionner. Son parcours de freelance, son autodidaxie et sa capacité à jongler entre plusieurs casquettes (développeuse, consultante, créatrice de contenus) font d'elle un rôle modèle inspirant pour toutes celles et ceux qui souhaitent s'orienter ou se reconvertir dans le numérique.

Elle incarne une vision inclusive et humaine du numérique, où la technique est mise au service de l'expérience et de la relation client.



## Elles parlent de leur métier

### Portrait de Delphine Remy-Boutang : entreprendre pour donner de la voix aux femmes dans le numérique

Delphine Remy-Boutang est une entrepreneure française engagée, figure majeure de la féminisation du numérique en Europe et en Afrique. Après des études de droit, elle débute sa carrière chez EURO RSCG Paris avant de s'installer à Londres en 1997 pour rejoindre IBM. Au sein du groupe, elle gravit les échelons jusqu'à devenir Directrice Marketing, puis Directrice de la Communication pour la zone EMEA, et enfin Directrice Social Media Worldwide. À ce poste, elle pilote la transformation d'IBM vers l'adoption massive des médias sociaux, coordonnant la stratégie digitale d'un groupe de près de 470 000 collaborateurs.

En 2012, forte de cette expérience internationale, Delphine fonde à Londres The Bureau, un **cabinet de conseil en stratégie digitale et social media**, qu'elle développe ensuite à Paris. The Bureau accompagne de grands groupes et institutions (BNP Paribas, Coca-Cola, Orange, Printemps.com...) dans leur transformation numérique et leur communication d'influence.

Constatant la sous-représentation des femmes dans la tech, elle cofonde en 2013 la **Journée de la Femme Digitale (JFD)**, un événement devenu incontournable pour accélérer la croissance des femmes dans le numérique en Europe, en Afrique et au Canada. La JFD, qui compte aujourd'hui 150 000 membres actifs, vise à faire émerger des rôles modèles, à fédérer les talents féminins et à inspirer les nouvelles générations. En 2018, elle crée la **Fondation Margaret** pour soutenir les projets de femmes dans la tech via des bourses, des formations et un accompagnement entrepreneurial.

Delphine Remy-Boutang est également business angel, investisseuse et présidente du bureau français du Global Entrepreneurship Network (GEN), un réseau mondial qui relie entrepreneurs, investisseurs et décideurs dans 170 pays. Elle publie plusieurs ouvrages pour mettre en lumière les femmes innovantes, dont « Elles changent le monde », et défend des propositions concrètes auprès du gouvernement pour accélérer l'égalité professionnelle femmes-hommes.

Récompensée par de nombreuses distinctions (Légion d'honneur, Femme en Or Digitale, Forbes France), Delphine incarne un leadership inspirant et inclusif. Son parcours témoigne de la force de l'engagement, de la capacité à transformer les organisations et de la volonté de rendre le numérique accessible à toutes et tous.

#### Impact

- Fondatrice de la Journée de la Femme Digitale (JFD)
- Fondatrice de plusieurs réseaux en faveur des femmes dans la tech



## Elles parlent de leur métier

### Portrait de Roxanne Varza : faire rayonner la tech européenne au féminin

Roxanne Varza est une dirigeante franco-américaine emblématique de l'écosystème tech européen, reconnue pour son **engagement en faveur de la diversité et de l'innovation dans le numérique**. Après une première expérience professionnelle à San Francisco pour Business France, où elle accompagne des entreprises américaines souhaitant s'implanter en France, elle décide de s'installer à Paris pour approfondir sa connaissance du secteur tech et de l'entrepreneuriat.

Elle obtient un double master à Sciences Po Paris et à la London School of Economics, tout en lançant le blog TechBaguette pour promouvoir les start-up françaises auprès des investisseurs anglo-saxons. Repérée par TechCrunch, elle devient rédactrice en chef de la version française du site, puis travaille pour plusieurs start-up à Londres et à Paris, avant de rejoindre Microsoft Ventures, où elle développe des programmes d'accompagnement pour jeunes entreprises innovantes.

En parallèle, Roxanne Varza cofonde les branches françaises et britanniques de **l'association Girls in Tech**, qui œuvre pour la féminisation du secteur numérique à travers des formations, des événements et des concours dédiés aux femmes entrepreneures. Elle organise également les premières conférences FailCon en France, dédiées à la valorisation de l'apprentissage par l'échec dans l'entrepreneuriat.

En 2015, elle est choisie par Xavier Niel pour prendre la direction de Station F, le plus grand campus de start-up au monde, situé à Paris. À la tête de ce projet d'envergure, Roxanne Varza pilote une équipe internationale et coordonne l'accueil de milliers de start-up, favorisant l'émergence de nouveaux talents et l'innovation dans l'écosystème français. Elle siège également au Conseil national du numérique et figure régulièrement dans les classements des personnalités les plus influentes du secteur tech, en France comme à l'international.

Roxanne Varza incarne un parcours atypique, marqué par l'audace, la mobilité internationale et l'engagement pour la diversité. Son action contribue à rendre le numérique plus accessible et inclusif, et son leadership à Station F fait d'elle un modèle pour toutes celles et ceux qui souhaitent s'investir ou se reconvertir dans l'innovation et l'entrepreneuriat digital.

### Impact

- Directrice emblématique de Station F, vitrine mondiale de la French Tech
- Fondatrice de plusieurs réseaux en faveur des femmes dans le numérique



## Elles parlent de leur métier

### Portrait de BlondieBytes : influence numérique

Kathryn Hodge, connue sous le pseudonyme blondiebytes, est une ingénieure logicielle, créatrice de contenus et vulgarisatrice incontournable dans le monde du numérique. Diplômée en informatique (Computer Science) et cinéma (Film) du Vassar College, elle s'est fait connaître grâce à sa chaîne YouTube, où elle publie depuis 2015 des tutoriels de programmation accessibles à tous, notamment aux débutants et à ceux qui n'ont aucune expérience préalable.

Son projet phare, la série « 30 Days of Code », lancée en partenariat avec HackerRank, propose trente vidéos pédagogiques couvrant les bases de la programmation, des variables aux structures de données, associées à des défis pratiques. Cette initiative a rencontré un large succès avec plus de 550 000 vues et des millions de participations aux exercices en ligne. Kathryn conçoit également des séries comme « Code in 5 », qui enseigne comment réaliser rapidement des projets concrets (création de pages web, chatbots, applications Alexa), toujours dans une optique de **rendre le secteur du numérique plus accessible**.

Au-delà de son activité sur YouTube, Kathryn Hodge a travaillé comme ingénieure chez Comcast NBCUniversal, où elle s'est spécialisée dans l'intégration de technologies émergentes et le développement de solutions innovantes pour les médias. Elle a aussi été enseignante assistante en informatique, autrice de cours pour Lynda.com, et impliquée dans l'organisation d'ateliers de code et de hackathons, où elle a souvent été primée pour ses projets alliant **technologie et créativité**.

Figure de rôle-modèle, Kathryn Hodge **s'engage pour la diversité et la féminisation du secteur numérique**. En partageant son quotidien, ses conseils et son expertise sur les réseaux sociaux, elle contribue à démystifier les métiers du numérique et à inspirer de nouvelles vocations, en particulier chez les femmes et les personnes issues de parcours non conventionnels.

### Impact

- Plus de 100 000 abonnés sur YouTube
- Présente sur plusieurs événements et podcasts autour du numérique et de l'éducation



## Elles parlent de leur métier

### Portrait de Sara Dietschy : créer à l'intersection de la technologie et de la créativité

Sara Dietschy est une créatrice de contenu, vidéaste et entrepreneure américaine, devenue une figure incontournable du numérique sur YouTube. Basée à Dallas, Texas, elle s'est imposée par sa capacité à **rendre accessibles des sujets complexes liés à la technologie, la création numérique et l'innovation.**

Diplômée en communication, Sara débute sa carrière sur YouTube en 2011 en publiant des vidéos sur la photographie, la vidéo et la culture numérique. Rapidement, elle se spécialise dans la **vulgarisation des technologies émergentes**, des outils de création et du monde des start-ups. Sa chaîne, qui compte aujourd'hui plus de 900 000 abonnés, propose des vlogs, des tests de matériel, des interviews de personnalités influentes du numérique et des séries pédagogiques sur la créativité et l'entrepreneuriat.

Sara Dietschy se distingue par sa pédagogie et sa volonté de démocratiser l'accès au secteur du numérique. Elle a interviewé des leaders du secteur comme Marques Brownlee (MKBHD), Casey Neistat ou Gary Vaynerchuk, et a collaboré avec de grandes marques technologiques (Adobe, Intel, Dell, Samsung). Par ses vidéos, elle partage son expérience de créatrice indépendante, ses conseils pour réussir sur YouTube, et ses réflexions sur l'évolution des métiers du numérique.

Au-delà de son activité de créatrice, Sara s'engage pour la **diversité et l'inclusion dans le numérique**. Elle encourage les femmes et les jeunes à s'emparer des outils numériques, à développer leurs compétences et à oser s'exprimer dans des univers encore largement masculins. Son parcours illustre la diversité des voies d'accès au numérique : sans formation technique initiale, elle a su se forger une expertise reconnue par la pratique, l'expérimentation et le partage.

Sara Dietschy est aujourd'hui une source d'inspiration pour toutes celles et ceux qui souhaitent se lancer dans la création numérique ou l'entrepreneuriat, prouvant que la passion, la curiosité et la persévérance sont des atouts majeurs pour réussir dans le secteur du numérique.

### Impact

- Plus de 900 000 abonnés sur YouTube
- Un podcast dans l'univers des créations numériques.



## Elles parlent de leur métier

### Portrait de Anne Lauvergeon : figure emblématique

Anne Lauvergeon, est l'une des figures les plus emblématiques de l'industrie et du secteur nucléaire en France. Elle se distingue très tôt par l'excellence de son parcours académique : reçue à l'agrégation de sciences physiques à seulement 21 ans, diplômée de l'École normale supérieure et de l'École nationale supérieure des Mines de Paris, elle intègre le très prestigieux corps des mines.

Elle débute sa carrière dans l'administration française, au sein de la Direction régionale de l'Industrie et de la Recherche, puis à la direction générale d'Usinor. Rapidement repérée pour ses compétences et son sens de l'analyse, elle rejoint le cabinet du Président François Mitterrand, où elle occupe le poste de « sherpa », c'est-à-dire de représentante personnelle pour la préparation des grands sommets internationaux comme le G7. Ce rôle la place au cœur des décisions stratégiques de l'État et lui permet de développer un réseau d'influence considérable.

Après un passage remarqué dans la banque d'affaires Lazard Frères à New York, puis chez Alcatel où elle supervise les activités internationales du groupe, Anne Lauvergeon est nommée en 1999 à la tête de la Cogema, entreprise publique spécialisée dans le nucléaire. Elle transforme la Cogema en Areva, géant mondial du nucléaire, dont elle prend la présidence du directoire de 2001 à 2011. Sous sa direction, Areva connaît une forte expansion internationale et devient un acteur incontournable de la filière nucléaire, tout en investissant dans les énergies renouvelables.

Rare femme à la tête d'un grand groupe industriel coté en Bourse, Anne Lauvergeon est régulièrement classée parmi les femmes les plus influentes du monde par des médias internationaux comme Time et Forbes. Elle s'engage aussi sur les questions d'innovation, de gestion des risques et de diversité, et intervient fréquemment en tant que conférencière sur le leadership et la place des femmes dans l'industrie.

Son parcours, marqué par des réussites mais aussi par des choix stratégiques parfois controversés, incarne la capacité des femmes à accéder aux plus hautes responsabilités dans des secteurs scientifiques et techniques traditionnellement masculins. Anne Lauvergeon reste une source d'inspiration pour toutes celles et ceux qui souhaitent s'engager dans les sciences, l'industrie ou l'innovation

### 3.1.3. LES PRATIQUES DES ENTREPRISES ÉVOLUENT POUR ÊTRE PLUS INCLUSIVES

#### Des pratiques qui se diversifient afin de rendre visible la place des femmes

Face aux enjeux de diversité et d'égalité professionnelle, de nombreuses entreprises ont adapté leurs pratiques de communication pour attirer davantage de femmes dans leurs effectifs. Cette démarche s'inscrit dans une volonté de promouvoir l'inclusion et de bénéficier d'une plus grande diversité de talents, source d'innovation et de performance.

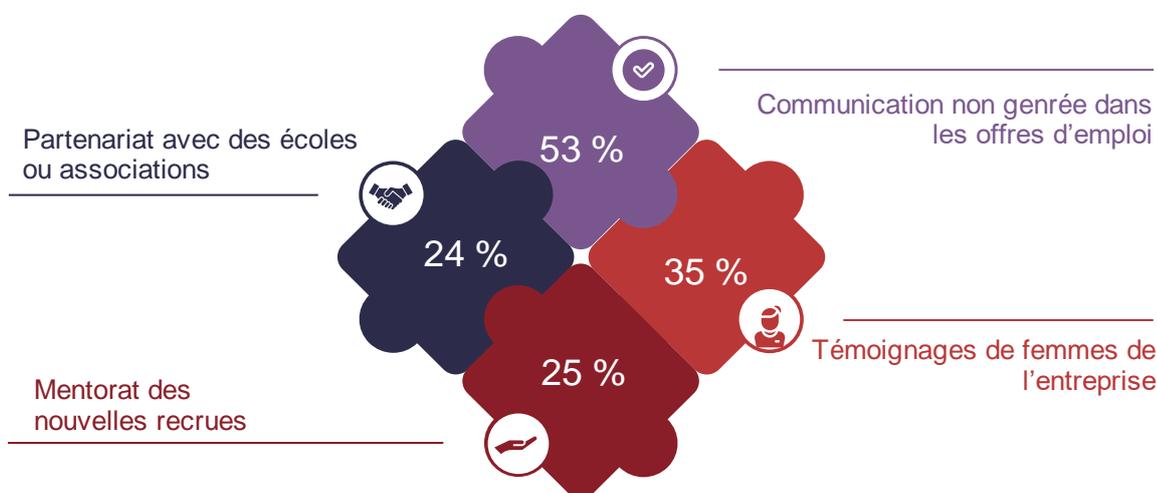
Les entreprises mettent en avant, dans leur communication interne et externe, des exemples de femmes. Ces **rôles modèles** sont présentés à travers des portraits, des témoignages ou des interviews diffusés sur les sites internet, les réseaux sociaux ou lors d'événements. Cette visibilité contribue à déconstruire les stéréotypes de genre et à encourager les femmes à postuler.

L'utilisation d'un **langage inclusif** dans les offres d'emploi, les supports de communication et les campagnes de recrutement est également devenue une pratique courante. Les entreprises veillent à choisir des mots neutres et à s'adresser explicitement aux femmes et aux hommes. De plus, les visuels utilisés dans les campagnes mettent en scène des équipes mixtes et valorisent la diversité, afin que chaque candidate puisse se projeter au sein de l'organisation.

Les entreprises communiquent également sur leurs engagements en matière d'égalité professionnelle, d'équilibre vie professionnelle/vie personnelle et de dispositifs d'accompagnement spécifiques (mentorat, réseaux féminins, formations à la prise de poste, etc.). Ces messages sont relayés lors de forums, sur les réseaux sociaux professionnels ou dans les rapports RSE, afin de rassurer les candidates potentielles sur l'environnement de travail proposé.

#### Des actions de communication spécifiques visibles également au sein des entreprises du secteur du numérique

Graphique 3 – Actions mises en œuvre par les entreprises pour attirer davantage de femmes



Note de lecture : 53% des entreprises répondantes à l'enquête déclarent communiquer de manière non genré et inclusive dans leurs offres d'emploi.

Plus de la moitié des entreprises interrogées (53 %) déclarent avoir adopté une communication non genrée et inclusive dans leurs offres d'emploi, ce qui en fait l'action la plus courante. Viennent ensuite les témoignages de femmes travaillant dans l'entreprise (35%), qui visent à rendre visibles des rôles modèles féminins. Toutefois, près d'un tiers des entreprises (31%) n'ont engagé aucune démarche spécifique en ce sens, ce qui souligne un potentiel d'amélioration significatif.



---

## A RETENIR

### Une visibilité de la diversité des métiers encore insuffisante

La présentation du secteur du numérique peut se révéler **complexe**, avec un vocabulaire technique qui crée une barrière pour les femmes en reconversion. Des termes comme « Pentesteur » ou « DevOps Engineer » **peuvent paraître inaccessibles**, renforçant l'idée que ces métiers sont réservés à des experts. Bien que des initiatives comme le lexique de la Grande École du Numérique cherchent à clarifier cette terminologie, il reste essentiel **d'élargir la communication** pour inclure des compétences comme la collaboration et la créativité, afin de rendre le secteur plus accessible.

### Les femmes parlent de plus en plus de leur métier

**De plus en plus de femmes prennent la parole** dans le secteur numérique, utilisant les réseaux sociaux ou des podcasts pour partager leurs expériences et déconstruire cette image complexe du secteur. Cette prise de parole renforce la visibilité des femmes dans un domaine encore largement dominé par les hommes, **afin d'inspirer** d'autres femmes à se lancer dans ces métiers, en offrant des modèles auxquels elles peuvent s'identifier.

### Les pratiques des entreprises évoluent pour être plus inclusives

Les entreprises du numérique commencent à adopter des pratiques plus inclusives, telles que **l'utilisation d'un langage non genré** dans leurs offres d'emploi et la **mise en avant de rôles modèles féminins**. Cependant, un nombre significatif d'entreprises (31%) n'a pas encore mis en place ces actions, soulignant la nécessité d'élargir et de systématiser ces démarches pour favoriser l'inclusion et l'attractivité du secteur.

## 3.2. VERS DES PRATIQUES DE RECRUTEMENT PLUS OUVERTES MAIS ENCORE SÉLECTIVES

### 3.2.1. RÉSEAUX SOCIAUX ET COOPTATION : DEUX VECTEURS CLÉS DU RECRUTEMENT

#### Des pratiques qui se transforment

Le recrutement en entreprise a connu une profonde transformation ces dernières années, notamment avec l'essor des réseaux sociaux. Les méthodes traditionnelles (annonces sur sites spécialisés, cabinets de recrutement, candidatures spontanées) coexistent désormais avec des stratégies digitales plus ciblées et interactives. Cette évolution impacte particulièrement les profils en reconversion professionnelle, notamment dans les secteurs en tension ou en mutation comme le numérique

D'après l'enquête Apec 2024 sur les pratiques de recrutement des cadres, La diffusion d'une offre d'emploi reste le canal le plus utilisé – 86 % des entreprises y ont eu recours pour au moins un de leurs recrutements de cadres <sup>3</sup>.

La CCI Paris Ile-de-France souligne que « un nombre croissant d'entreprises recourent, désormais, aux réseaux sociaux » pour diversifier leurs recrutements et aller au-delà des profils classiques, même si aucun pourcentage précis n'est avancé pour les profils atypiques<sup>4</sup>.



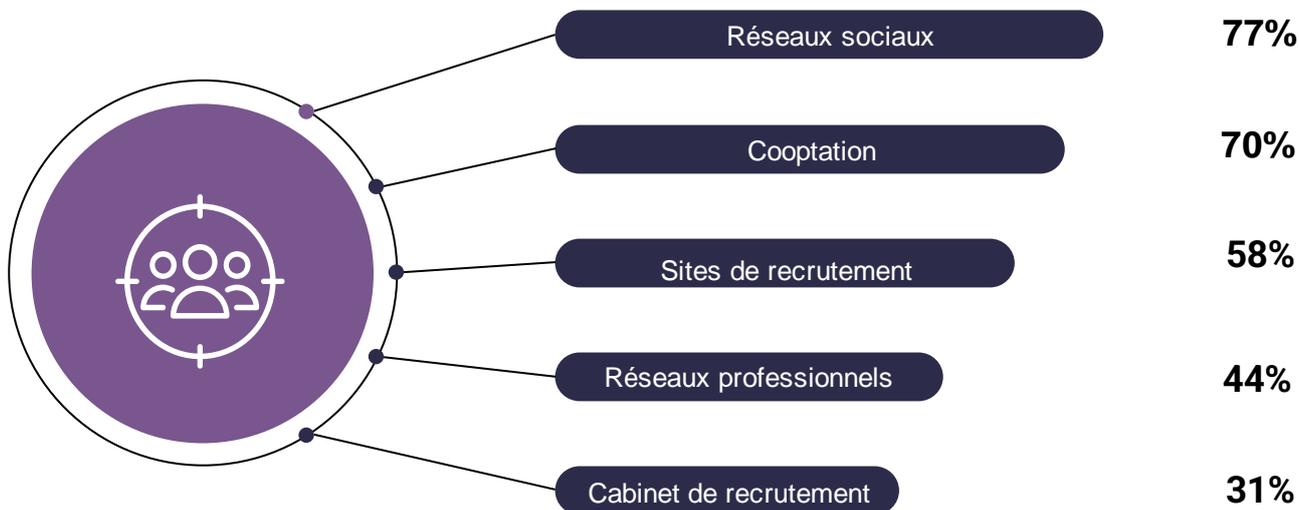
<sup>3</sup> [Apec, Baromètre des pratiques de recrutement 2024.](#)

<sup>4</sup> [CCI Paris Ile-de-France](#)

### Un constat partagé par les entreprises du numérique

Ce constat est également visible dans les pratiques de recrutement des entreprises du secteur du numérique qui privilégient les réseaux sociaux (77%).

Graphique 4 – Principaux canaux de recrutement utilisés par les entreprises



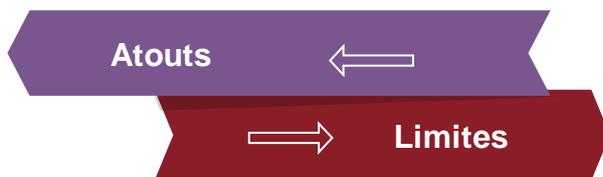
*Note de lecture : 77% des entreprises répondantes à l'enquête mobilisent les réseaux sociaux dans le cadre d'un recrutement.*

Les entreprises du secteur du numérique interrogées mentionnent également la mobilisation de la cooptation dans leurs pratiques de recrutement (70%). Ce recours très important aux recommandations internes illustre la valeur accordée à la confiance et à la culture d'entreprise.

Ces deux canaux de recrutement semblent être un levier important dans le recrutement des profils en reconversion (84% des entreprises répondantes qui ont recruté un profil en reconversion au cours des trois dernières années utilisent les réseaux sociaux pour promouvoir leur offre). Les réseaux sociaux, en particulier LinkedIn, permettent de mettre en avant les valeurs et engagements de l'entreprise mais également de valoriser les profils.

## Atouts et limites identifiés

- Valoriser les parcours atypiques et les compétences transférables
- Promouvoir des initiatives et actions mises en œuvre par l'entreprise



- Biais algorithmiques et reproduction des caractéristiques des salarié.es actuel.les.
  - Peut alimenter l'autocensure pour les profils atypiques

### **3.2.2. UNE ATTENTION ENCORE MARQUÉE POUR LES SAVOIR-FAIRE**

#### Des critères de recrutement qui se diversifient

Les critères de sélection utilisés par les entreprises évoluent en même temps que les attentes en matière de recrutement. Si les compétences techniques et l'expérience restent des critères centraux, les entreprises attachent une importance de plus en plus marquée à d'autres critères.

**Historiquement, les entreprises ont principalement basé leur sélection sur des critères classiques** tels que :

- Le diplôme et le niveau de formation : Les recruteurs accordent souvent une grande importance aux diplômes obtenus, notamment pour les postes qualifiés ou à responsabilité.
- L'expérience professionnelle : La durée et la pertinence des expériences passées restent des éléments centraux dans l'évaluation des candidatures.
- Les compétences techniques ("hard skills"\*): La maîtrise des outils, des logiciels ou des techniques spécifiques au poste est systématiquement évaluée.

Selon l'enquête de l'APEC<sup>5</sup>, 70% des recruteurs considèrent le parcours académique comme un critère déterminant lors de la présélection des candidats, même si cette tendance tend à évoluer.

Face à la transformation des métiers et à la pénurie de certains profils, **les entreprises élargissent progressivement leurs critères de sélection** :

- **Les compétences comportementales** ("soft skills"\*): L'adaptabilité, la capacité à travailler en équipe, la motivation, la gestion du stress ou encore la curiosité sont de plus en plus valorisées. Selon Workplace Learning Report<sup>6</sup>, 92% des recruteurs estiment que les « soft skills » sont aussi importantes, voire plus, que les compétences techniques.

<sup>5</sup> Apec, Baromètre des pratiques de recrutement 2024.

<sup>6</sup> Workplace Learning Report 2023

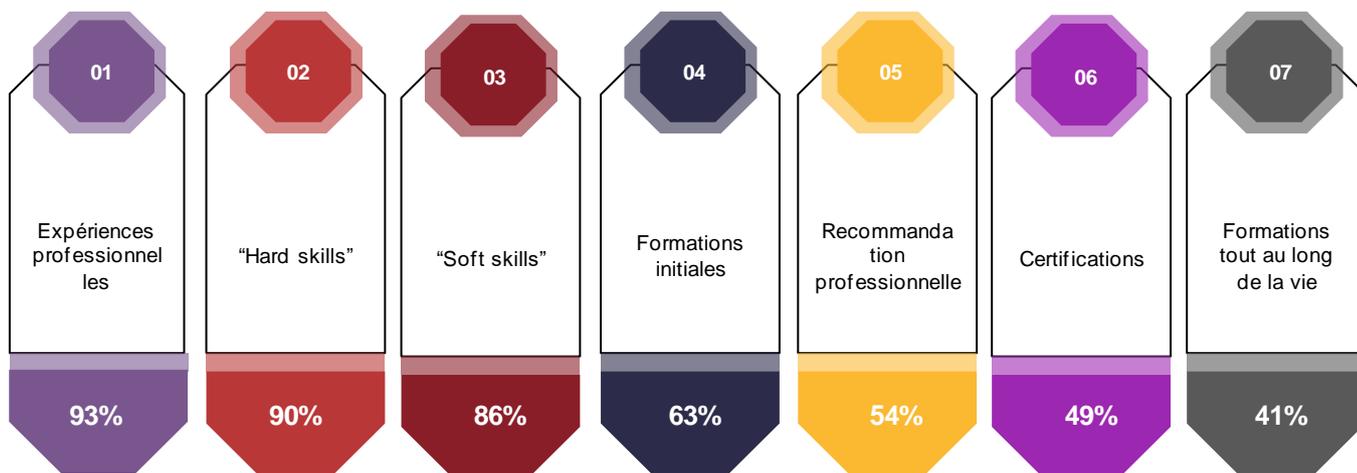
\* Le terme « soft skills » sera utilisés dans ce document pour désigner les compétences comportementales et le terme « hard skills » pour désigner les compétences techniques

- **Le potentiel et la capacité d'apprentissage** : Pour les profils atypiques, le potentiel d'évolution, la motivation à apprendre et la capacité à s'approprier de nouveaux outils ou méthodes deviennent des critères majeurs.
- **Les compétences transférables** : Les entreprises sont de plus en plus attentives à la diversité des profils, considérant que la richesse des expériences et des origines favorise l'innovation et la performance collective.

Une importance encore marquée des expériences professionnelles et des « hard skills » au sein du secteur du numérique

**Les expériences professionnelles restent le critère prioritaire** pour les recruteurs du secteur numérique, cité par 93% des répondants. Viennent ensuite les hard skills (90%) et les « soft skills » (86%), qui forment désormais un socle essentiel d'évaluation des candidatures.

Graphique 5 – Les critères de recrutement priorisés par les entreprises du numérique

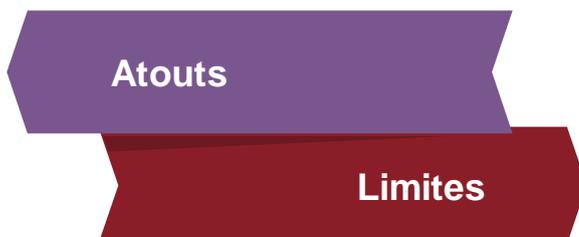


Malgré une prédominance des expériences professionnelles et des savoir-faire, **près de 9 entreprises sur 10 portent attention aux savoir-être (86%)**. Ce constat constitue une opportunité réelle pour les femmes en reconversion professionnelle, qui peuvent valoriser leur expérience passée, ainsi que les compétences transférables développées dans d'autres contextes.

Ces résultats soulignent aussi un enjeu : celui de mieux valoriser les parcours non linéaires dans les grilles de lecture des recruteurs. Si les entreprises affichent une ouverture croissante, l'expérience reste encore un critère-clé, ce qui peut freiner l'accès à l'emploi pour des personnes récemment formées ou issues d'un secteur éloigné.

Atouts et limites identifiés

- Valoriser les parcours atypiques et les compétences transférables
- Diversifier les profils dans les équipes



- Risque de biais inconscients : Malgré la volonté affichée d'ouverture, des stéréotypes peuvent persister notamment à l'égard des femmes ou des profils atypiques
  - Nécessité d'accompagnement : Les candidates en reconversion doivent souvent être accompagnées pour valoriser leurs compétences transférables et leur potentiel.



---

## A RETENIR

### Réseaux sociaux et cooptation : deux vecteurs clés du recrutement

Les **pratiques de recrutement ont évolué** avec l'essor des réseaux sociaux, qui sont devenus des canaux essentiels pour diversifier les profils recrutés, notamment dans des secteurs comme le numérique.

Si la diffusion d'offres d'emploi reste prédominante, les entreprises du secteur numérique, en particulier, privilégient de plus en plus l'utilisation des **réseaux sociaux** (77%) et la **cooptation** (70%) pour recruter des profils en reconversion. Ces canaux permettent de **mettre en avant les valeurs et la culture d'entreprise** tout en valorisant les candidats, mais ils peuvent aussi favoriser des pratiques encore trop sélectives, excluant les profils moins visibles ou issus de parcours atypiques.

### Une attention encore marquée pour les savoir-faire

**Les critères de recrutement se diversifient**, mais l'expérience professionnelle et les hard skills restent des critères prépondérants. Cependant, les entreprises, face à la pénurie de certains profils, accordent de plus en plus d'importance aux soft skills, à la capacité d'apprentissage et aux compétences transférables.

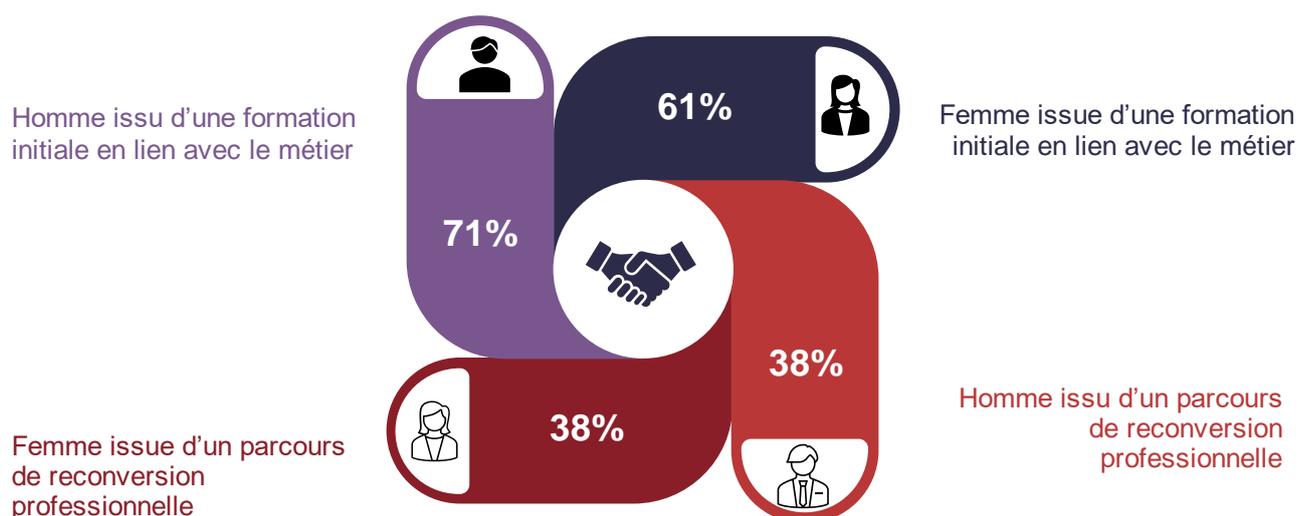
Dans le secteur du numérique, bien que l'expérience professionnelle soit prioritaire (93%), les « soft skills » (86%) sont également valorisées. Cette ouverture offre des opportunités aux femmes en reconversion, qui peuvent mettre en avant leurs **compétences transférables**, mais l'importance donnée à l'expérience reste un obstacle pour celles venant de secteurs éloignés ou réorientées récemment.

---

### 3.3. DES PROFILS RECRUTÉS QUI SE DIVERSIFIENT

84% des entreprises interrogées ont déclaré avoir recruté au moins un-e salarié-e au cours des trois dernières années. Les pratiques de recrutement dans le numérique restent fortement ancrées dans **les parcours classiques** (écoles d'ingénieurs, universités, alternance). Toutefois, les entreprises interrogées témoignent d'une ouverture croissante à des profils en reconversion, recrutés via des dispositifs comme les POEI, les formations courtes proposées par des organismes partenaires ou même via le réseau personnel.

Graphique 6 – Les profils recrutés par les entreprises du numérique au cours des trois dernières années



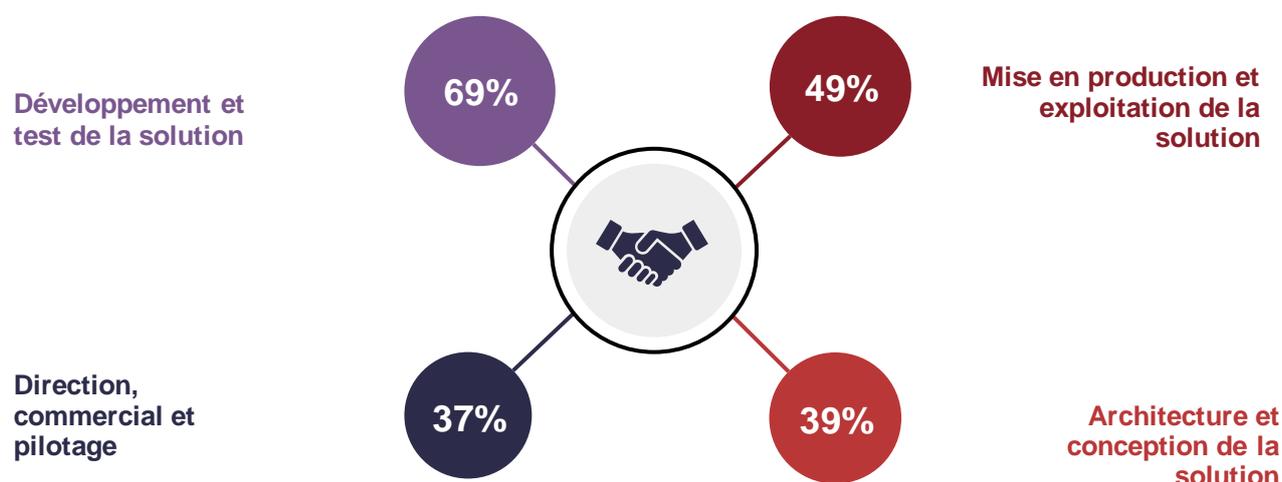
Note de lecture: 71% des entreprises répondantes à l'enquête déclarent avoir recruté au cours des trois dernières années au moins un homme issu d'une formation initiale en lien avec le métier visé par le recrutement.

L'identification des profils en reconversion se fait rarement par une démarche proactive. Il s'agit davantage d'opportunités saisies que d'une stratégie établie. Certains managers évoquent des recrutements réalisés après avoir été mis en relation avec une personne issue de la reconversion, souvent par un intermédiaire RH ou via les réseaux sociaux.



« Je ne savais pas exactement ce que je cherchais. Mais quand j'ai vu son profil, je me suis dit : c'est exactement ce qu'il me faut. » -  
Dirigeante d'une TPE

Graphique 7 – Familles métiers sur lesquelles les entreprises du numérique ont recruté au cours des trois dernières années



Note de lecture : 69% des entreprises répondantes à l'enquête déclarent avoir recruté au cours des trois dernières années au moins un.e salarié.e sur un poste appartenant à la famille métier Développement et test de solution.

#### Le peu de candidature mais également des hard skills insuffisantes mis en avant par les entreprises

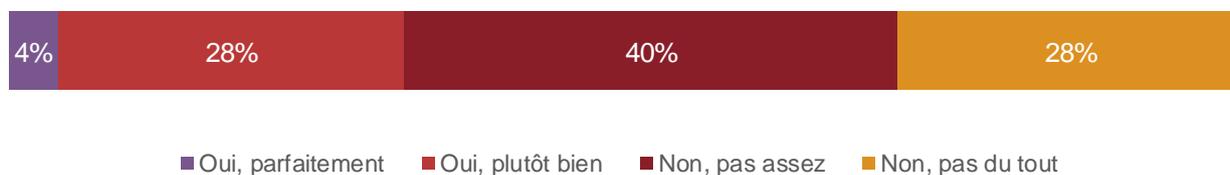
65% des entreprises interrogées n'ayant pas recruté de femme en reconversion professionnelle mettent en avant le **peu de candidatures reçues** de la part de ces profils. Plus de deux entreprises sur dix (22%) mentionnent également des **hard skills insuffisants** pour ces profils, ayant ainsi privilégié le recrutement d'autres candidats.

Le premier constat reflète une nouvelle fois, la faible présence des femmes dans les formations menant aux métiers du numérique. De plus, les femmes en reconversion rencontrent des obstacles spécifiques : le syndrome de l'imposteur, le manque de modèles féminins, des contraintes financières et de temps pour se former, ainsi que des biais à l'embauche<sup>7</sup>.

Même motivées, elles sont souvent confrontées à des exigences élevées en matière de hard skills de la part des recruteurs, qui privilégient les profils ayant déjà une expérience ou une formation initiale en informatique, ce qui bénéficie majoritairement aux hommes. Ce constat est également expliqué en partie par le manque de connaissance des dispositifs d'accompagnement à la reconversion par les entreprises.

<sup>7</sup>[WeLoveDevs](#)

Graphique 8 – Niveau de connaissance des dispositifs existants d'accompagnement au projet de reconversion professionnelle par les entreprises



Note de lecture : 4% des entreprises répondantes à l'enquête déclarent connaître parfaitement les dispositifs d'accompagnement existants.

Ainsi, près de 3 entreprises sur 10 déclarent ne pas connaître les dispositifs existants permettant d'accompagner les projets de reconversion professionnelle. Ce constat est davantage marqué au sein des petites entreprises (moins de 10 salarié-e-s), dont 50% ne connaissent pas ces dispositifs.



## A RETENIR

### Recrutement des profils en reconversion : une ouverture croissante mais non systématique

Bien que 84% des entreprises interrogées aient recruté au moins un salarié-e ces trois dernières années, **les pratiques de recrutement dans le secteur numérique restent largement ancrées dans des parcours classiques** (profils issus d'une formation initiale en lien avec le métier visé). Toutefois, **une ouverture progressive aux profils en reconversion est constatée**. Néanmoins, l'identification de ces profils se fait principalement par opportunité et non dans le cadre d'une stratégie proactive, souvent grâce à des mises en relation via des intermédiaires ou des réseaux sociaux.

### Les obstacles rencontrés par les femmes en reconversion

Les entreprises rapportent un **manque de candidatures** provenant de femmes en reconversion, ainsi que des **hard skills insuffisants** pour les profils reçus. Ces obstacles sont en partie liés à une faible présence féminine dans les formations menant aux métiers du numérique, mais aussi à des défis spécifiques comme les biais à l'embauche et des contraintes financières ou temporelles pour se former. Les femmes, même motivées, sont souvent confrontées à des exigences techniques élevées, ce qui tend à favoriser les candidats masculins ayant une formation ou une expérience préalable dans le secteur. Ce phénomène est renforcé par un **manque de connaissance des dispositifs d'accompagnement à la reconversion** de la part des entreprises, en particulier dans les petites structures.

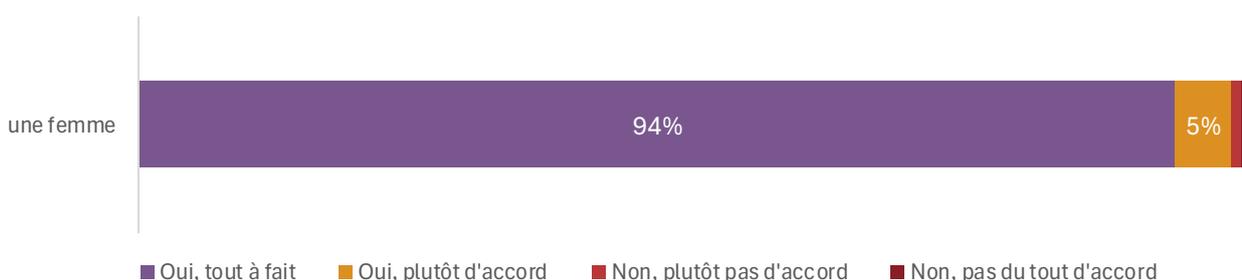
### 3.4. LA PLACE DES FEMMES DE PLUS EN PLUS PLÉBISCITÉE PAR LES ENTREPRISES

Une volonté de plus en plus partagée d'intégrer des profils féminins

**La féminisation du secteur du numérique est aujourd'hui perçue comme un enjeu stratégique par un nombre croissant d'entreprises**, tant pour répondre à la pénurie de talents que pour favoriser l'innovation et la performance collective. Plusieurs initiatives et évolutions témoignent d'une volonté affirmée d'intégrer davantage de femmes dans les effectifs, même si des obstacles persistent.

Les entreprises interrogées s'accordent sur un point : la mixité est devenue une priorité affichée, parfois soutenue par des engagements de RSE ou des politiques internes de diversité. Pour autant, les stratégies de féminisation restent souvent dépendantes du contexte, de la taille de l'entreprise et du niveau de maturité RH.

Graphique 9 – Jugement des entreprises du numérique sur l'adéquation des postes à des femmes



*Note de lecture : 94% des entreprises répondantes à l'enquête déclarent que l'ensemble des postes de leur entreprise pourrait tout à fait être pourvu par une femme*

*Dans certaines structures, la féminisation a progressé de manière organique, à l'occasion d'un recrutement réussi ou d'un programme externe, comme en témoigne une responsable RH :*



**« À un moment, on a eu une vraie parité dans les effectifs. Aujourd'hui, on est à 37,5% de femmes, ce qui reste bien au-dessus de la moyenne du secteur. On essaie de continuer à aller dans ce sens. » - Dirigeant d'entreprise**

**Cette dynamique traduit une prise de conscience croissante de la valeur ajoutée de la diversité.** Les entreprises qui parviennent à augmenter la part de femmes dans leurs équipes constatent généralement un impact positif sur le climat de travail, la créativité et la capacité à répondre à des enjeux clients variés. Cette évolution est soutenue par des politiques volontaristes, des actions de sensibilisation et des partenariats avec des associations ou des programmes comme « TechPourToutes » qui accompagnent les jeunes femmes vers les métiers du numérique

**Cependant, la féminisation du secteur n'est pas homogène.** Les entreprises de services numériques (ESN), par exemple, se heurtent encore à des résistances, notamment lorsqu'il s'agit de proposer à leurs clients des profils féminins issus de parcours de reconversion. Malgré la conviction interne de la qualité de ces profils, la demande de la part des clients reste souvent orientée vers des parcours plus traditionnels :



« Pour un recrutement en interne, pas de souci. Mais quand il faut proposer un profil en reconversion à un client, on sent bien que ce n'est pas toujours accepté. Il y a une attente implicite de 'filière classique'. » - Directeur recrutement d'entreprise

**Ainsi la place des femmes dans les structures, variée selon le métier** comme l'illustre le tableau ci-dessous.

Tableau 1 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés au sein des différentes familles métiers

Direction, commercial et pilotage	Architecture et conception de la solution	Développement et test de la solution	Mise en production et exploitation de la solution
66%	43%	41%	28%

Voir le détail de la présence des femmes au sein de ces différentes familles en annexes

**Les fonctions à dominante relationnelle et organisationnelle, telles que le support commercial, le marketing ou encore le test et la validation, se distinguent par des taux de recrutement féminins élevés,** atteignant respectivement 77 % et 81 %. Ces métiers sont perçus comme mobilisant des qualités souvent attribuées aux femmes, telles que la rigueur, la méthode ou la communication. De même, les postes liés à la créativité, au design ou à l'analyse de données présentent une ouverture plus marquée à la mixité.

**À l'inverse, les fonctions les plus techniques, comme l'architecture logicielle, l'expertise en intelligence artificielle ou l'infrastructure informatique, restent largement masculines.** Ces

écarts s'expliquent notamment par la représentation genrée des hard skills et par un moindre accès ou attrait des femmes pour ces métiers très spécialisés.

Ces constats mettent en lumière la persistance de stéréotypes et de biais dans le secteur, freinant l'accès des femmes – notamment celles issues de reconversion – à certains postes. Pourtant, la nécessité de diversifier les profils est régulièrement rappelée lors d'événements comme les Assises nationales de la féminisation des métiers du numérique, qui insistent sur l'importance d'une mobilisation collective pour bâtir un secteur plus inclusif.



---

## A RETENIR

### Une priorité stratégique, mais des obstacles persistent

La féminisation du secteur du numérique est désormais perçue comme un enjeu stratégique par les entreprises. Elles reconnaissent que **la diversité est un facteur clé pour répondre à la pénurie de talents et stimuler l'innovation**. De plus en plus d'entreprises affichent la mixité comme une priorité, soutenue par des politiques internes de diversité. Cependant, la mise en place de stratégies de féminisation reste inégale, dépendant souvent de la taille de l'entreprise et de son niveau de maturité RH.

### La diversité apporte une réelle valeur ajoutée

Les entreprises qui parviennent à intégrer davantage de femmes dans leurs équipes constatent une **amélioration du climat de travail, de la créativité et de la capacité à répondre aux enjeux clients variés**. Cette dynamique est soutenue par des actions de sensibilisation et des partenariats avec des programmes comme « Tech pour toutes », qui accompagnent les jeunes femmes vers les métiers du numérique.

### Des écarts sectoriels persistants

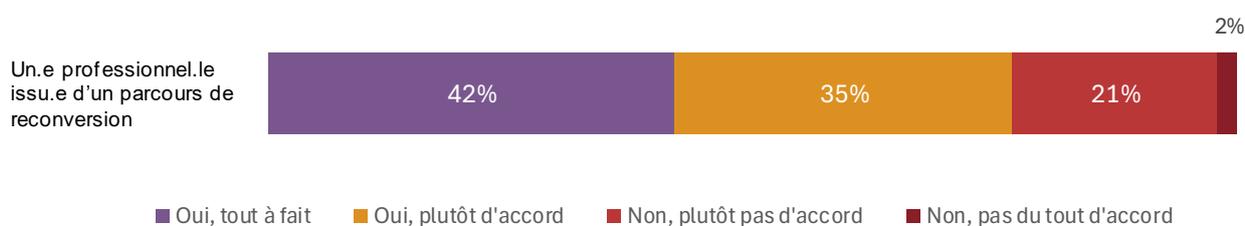
Malgré une volonté croissante de féminiser le secteur, **les fonctions techniques restent largement dominées par les hommes**. En revanche, les métiers à dominante relationnelle ou créative, comme la chefferie de projet ou le test et la validation, affichent des taux de recrutement féminins plus élevés.

---

### 3.5. DES PROFILS EN RECONVERSION PLÉBISCITÉS POUR LEUR SAVOIR-ÊTRE OU LEUR CONNAISSANCE SECTORIELLE

Une diversité de compétences soulignée

Graphique 10 – Jugement des entreprises du numérique sur l'adéquation des postes à des profils en reconversion



Note de lecture : 42% des entreprises répondantes à l'enquête déclarent que l'ensemble des postes de leur entreprise pourrait tout à fait être pourvu par une personne issue d'un parcours de reconversion

Les entreprises du secteur numérique, confrontées à des besoins croissants en diversité, reconnaissent de plus en plus la valeur ajoutée des profils en reconversion, notamment pour leurs **savoir-être professionnels** et leurs **compétences sectorielles** transférables. Les retours d'expérience recueillis lors des entretiens illustrent combien la richesse des parcours antérieurs constitue un atout majeur, en particulier pour des métiers fonctionnels qui exigent une double compétence métier/technique.



« Ce sont souvent des gens qui ont 10 ou 15 ans d'expérience dans un autre secteur. Et ça, pour nous, c'est précieux. Ils apportent une expertise métier qu'un jeune diplômé n'a pas. »

- *Dirigeant d'entreprise*

Les recruteuses et recruteurs soulignent ainsi la capacité de ces profils à mobiliser des qualités telles que la **rigueur**, l'**adaptabilité**, le **sens du service** ou encore la **gestion de situations complexes**. Ces compétences, acquises dans des secteurs variés comme l'hôtellerie, le commerce ou la culture, sont particulièrement recherchées dans des fonctions où la compréhension fine des enjeux clients et la transversalité sont essentielles.

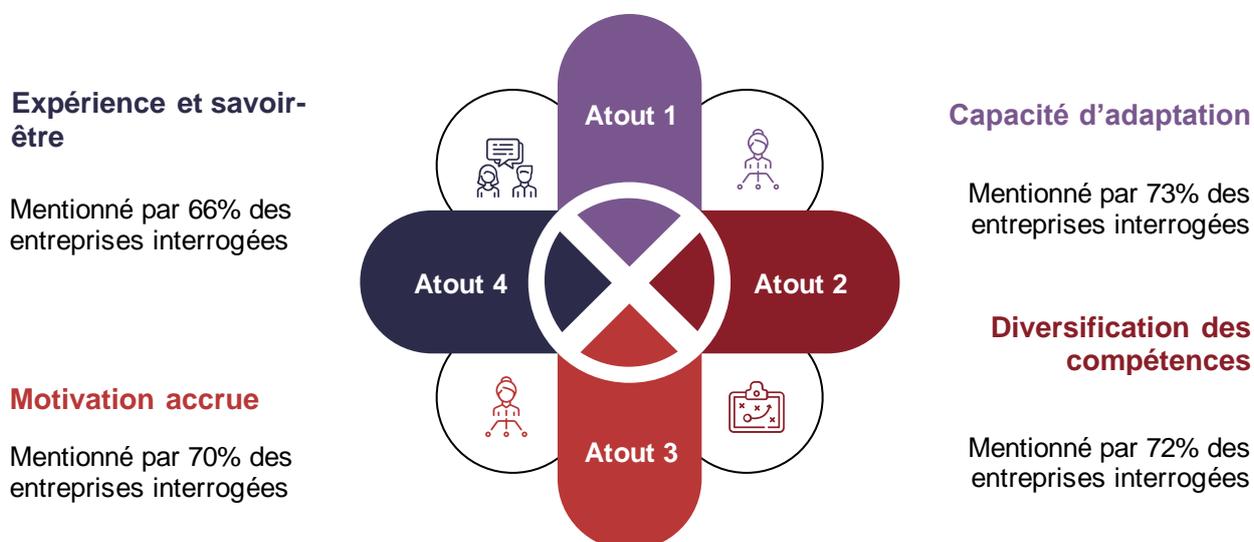


« Les femmes en reconversion que nous avons recrutées viennent de l'hôtellerie, du commerce, de la culture. Ce sont des personnes qui savent gérer des situations complexes, parler à des clients, organiser leur travail. »

- *Dirigeant d'entreprise*

Cette valorisation des « soft skills » est d'ailleurs corroborée par les initiatives sectorielles, qui insistent sur l'importance de recruter des profils diversifiés pour renforcer la créativité, l'innovation et la fidélisation des équipes<sup>8</sup>. Les entreprises qui adaptent leurs processus de recrutement pour mieux prendre en compte ces compétences humaines constatent un impact positif sur la performance collective et la dynamique interne.

Graphique 11 – Atouts des profils en reconversion mis en avant par les entreprises du numérique



Note de lecture : 73% des entreprises ayant répondu à l'enquête considèrent que les capacités d'adaptation des profils en reconversion ont été un atout important lors de leur recrutement.

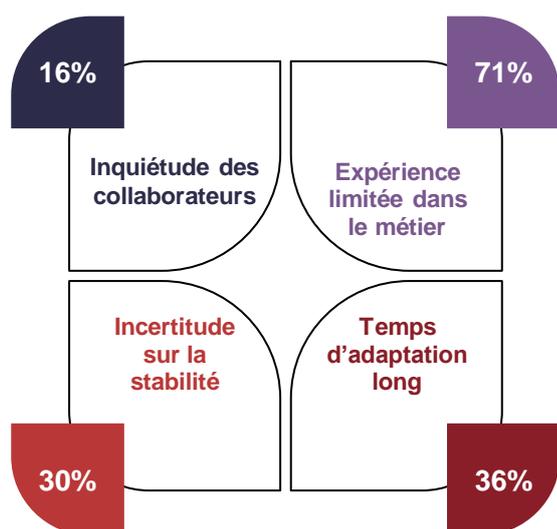
Ces profils sont également valorisés pour leurs fortes **capacités d'adaptation** (73 %), qualité importante lors d'une prise de poste. La **motivation** accrue de ces personnes (70 %) est également un atout clé : elles font le choix actif d'une nouvelle orientation, souvent portée par un projet solide et une forte volonté de réussir.

<sup>8</sup> Etude McKinsey, 2018

### Des freins de maîtrise techniques mentionnés

Néanmoins, les recruteurs expriment parfois une réserve sur le niveau technique atteint à l'issue d'une reconversion, en particulier lorsque la formation est courte ou généraliste. Les compétences sont jugées « en surface », nécessitant un temps d'adaptation significatif voire une formation complémentaire lors de la prise de poste.

Graphique 12 – freins perçus au recrutement de profils en reconversion mis en avant par les entreprises du numérique



*Note de lecture : 71% des entreprises ayant répondu à l'enquête considèrent que le manque d'expérience dans le métier peut être un frein au recrutement de personnes issues d'un parcours de reconversion professionnelle.*

**Un consensus émerge sur le fait que certaines fonctions du numérique sont plus perméables à la reconversion que d'autres.** Les métiers les moins techniques (product management, UX design, test, support client IT...) sont souvent cités comme des portes d'entrée accessibles, notamment parce qu'ils valorisent des compétences relationnelles, organisationnelles et analytiques.



« Pour le métier de product manager, je n'ai jamais regardé les diplômes. Ce qui compte, c'est la capacité à coordonner, à communiquer, à comprendre un besoin. »  
- Chargée de recrutement d'entreprise

Tableau 2 – Proportion de personnes en reconversion parmi les recrutements réalisés au sein des différentes familles métiers

Développement et test de la solution	Mise en production et exploitation de la solution	Direction, commercial et pilotage	Architecture et conception de la solution
30%	26%	21%	8%

Voir le détail de la présence des profils issus d'un parcours de reconversion au sein de ces différentes familles en annexes

Ainsi, certains métiers du numérique offrent une accessibilité plus forte aux profils en reconversion. Les postes de test et validation, d'intégration fonctionnelle ou de conseil support technique se distinguent comme les plus ouverts à ces profils, avec jusqu'à 50 % des recrutements réalisés auprès de personnes en reconversion. **Ces métiers, moins exigeants techniquement ou nécessitant des compétences transversales, permettent une montée en compétences progressive.**

Les métiers de gestion de projet et de product management apparaissent également comme des points d'entrée pertinents, du fait de la valorisation des compétences transférables issues d'autres secteurs.

À l'inverse, **les postes les plus techniques – tels que DevOps, Pentest, ou encore infrastructure et cybersécurité – demeurent peu accessibles aux profils issus d'un parcours de reconversion.**

Les fonctions d'architecture et d'expertise technique restent également majoritairement fermées aux profils non issus des filières initiales du numérique, en raison des exigences élevées des clients en matière d'expertise.



---

## A RETENIR

### La valeur des profils en reconversion : savoir-être et compétences sectorielles

Les entreprises du numérique reconnaissent la valeur des profils en reconversion, notamment pour leurs **soft skills** et leur **connaissance sectorielle**. Ces profils, issus de secteurs variés, apportent une expertise métier précieuse, en particulier dans des fonctions nécessitant **une double compétence métier/technique**. Leur capacité à gérer des situations complexes, à travailler en équipe et à s'adapter rapidement est particulièrement soulignée, contribuant positivement à l'innovation dans les équipes.

### Des atouts de motivation et d'adaptation, mais des freins techniques

Les profils en reconversion sont également valorisés pour leur forte capacité d'adaptation et leur motivation. Cependant, **des réserves persistent concernant leur niveau technique**, surtout lorsque la formation suivie est courte ou généraliste. Les recruteurs estiment que ces compétences nécessitent souvent un temps d'adaptation et une formation complémentaire pour être pleinement opérationnelles, notamment pour les métiers techniques.

### Des métiers du numérique plus ouverts à la reconversion

Certaines fonctions du numérique, sont plus accessibles aux profils en reconversion, notamment les métiers qui valorisent les compétences relationnelles, organisationnelles et analytiques, permettant ainsi une montée en compétences progressive. En revanche, les métiers techniques restent difficiles d'accès pour ces profils en raison des exigences élevées en matière d'expertise technique. Cela montre que l'ouverture à la reconversion varie considérablement en fonction des exigences techniques du poste.

## **PARTIE 4.**

# **PARCOURS DE FEMMES**

Le secteur du numérique connaît une forte croissance et occupe désormais une place centrale dans l'économie. Cependant, malgré la forte demande de compétences dans ce domaine, **la diversité reste un enjeu majeur**. En particulier, la représentation des femmes dans les métiers du numérique demeure faible, avec une sous-représentation marquée, notamment dans les fonctions techniques et les postes à responsabilité.

**LA QUESTION DE L'INCLUSION DES FEMMES DANS CE SECTEUR EST D'AUTANT PLUS IMPORTANTE AUJOURD'HUI, CAR ELLE TOUCHE A LA FOIS LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES ET LA COMPETITIVITE ECONOMIQUE.**

Les études montrent que la diversité au sein des équipes améliore non seulement l'innovation, mais aussi les résultats économiques des entreprises. Pourtant, **les femmes continuent d'être confrontées à des obstacles multiples** lorsqu'elles envisagent une carrière dans le numérique : stéréotypes de genre, manque de modèles féminins dans les métiers techniques, environnement de travail parfois perçu comme non inclusif, et préjugés sur leurs compétences. En outre, des inégalités persistent à chaque étape de leur parcours professionnel, de la formation initiale aux perspectives de carrière.

Dans ce contexte, la reconversion professionnelle des femmes apparaît comme un levier stratégique pour favoriser leur accès au secteur numérique. Cette transition offre non seulement une réponse aux besoins en talents dans ce secteur, mais constitue aussi une opportunité d'élargir les horizons professionnels des femmes. Par ailleurs, elle représente un moyen efficace de capter un réservoir de compétences diversifié, tout en renforçant l'inclusivité et la diversité dans un secteur technologique souvent perçu comme fermé aux femmes.

## 4.1. LA PLACE DES FEMMES DANS LE SECTEUR NUMÉRIQUE

### Les principales barrières à l'entrée des femmes dans le secteur numérique

Les femmes font face à de nombreux obstacles pour accéder aux métiers du numérique, obstacles qui se manifestent dès l'éducation et se prolongent tout au long de leur carrière.

#### **Stéréotypes de genre et représentations sociales**

Les stéréotypes de genre jouent un rôle prépondérant dans l'orientation des filles et des femmes vers des parcours professionnels spécifiques, souvent éloignés des métiers techniques. Les stéréotypes associés aux métiers du numérique, souvent perçus comme masculins, constituent un frein majeur dès l'orientation scolaire. Les représentations sociales persistent autour de l'idée que les hard skills seraient davantage « naturelles » chez les hommes, ce qui décourage les jeunes filles à s'orienter vers ces filières dès le collège et le lycée. En conséquence, les femmes sont moins nombreuses à envisager des carrières dans des domaines comme l'ingénierie, la programmation ou l'analyse de données, qui sont au cœur des métiers numériques<sup>9</sup>



« En tant que femme, je me suis demandé si j'étais à ma place. Dans ma promo, on est 5 femmes pour 25 hommes. »  
*Développeuse issue d'un parcours de reconversion*

#### **Manque de modèles féminins**

L'absence de modèles de femmes dans des rôles techniques ou de leadership dans le numérique réduit les sources d'inspiration pour les jeunes filles et les femmes en reconversion. Les études montrent que la visibilité des femmes dans des rôles de dirigeantes ou d'expertes est un facteur clé dans l'incitation des jeunes à s'engager dans ces carrières<sup>10</sup>.

#### **Environnement de travail et culture d'entreprise**

La culture d'entreprise dans le numérique reste souvent marquée par une surreprésentation masculine, un sexisme ordinaire et parfois des comportements discriminatoires. Ce climat peut générer un sentiment d'isolement chez les femmes, une moindre confiance en soi et un taux d'abandon plus élevé, notamment en début de carrière.

<sup>9</sup> OPIIEC. (2023). L'attractivité des métiers du numérique et de l'ingénierie pour les femmes en France.

<sup>10</sup> Inria. (2023). Les femmes et les métiers du numérique : défis et perspectives.

### **Manque de dispositifs d'accompagnement et de sensibilisation**

Enfin, le manque d'actions ciblées pour attirer, former et accompagner les femmes dans le numérique limite les possibilités de reconversion ou d'accès à ces métiers. Les initiatives existent mais restent encore trop peu visibles, peu coordonnées ou insuffisamment adaptées aux besoins spécifiques des femmes.

## 4.2. LES ENJEUX ET DEFIS DE LA RECONVERSION DES FEMMES DANS LE NUMERIQUE

### Une diversification des compétences

La reconversion professionnelle des femmes dans le numérique offre aux entreprises une opportunité d'intégrer de nouvelles compétences, à la fois techniques et transversales, issues de parcours variés. Les femmes en reconversion apportent souvent des compétences transférables développées dans d'autres secteurs : gestion de projet, créativité, capacité à résoudre des problèmes complexes, sens du service client ou encore aptitude à collaborer dans des environnements dynamiques et diversifiés. Ces qualités sont particulièrement recherchées dans le secteur du numérique, où l'innovation, l'adaptabilité et la communication sont des facteurs clés de réussite<sup>11</sup>.



« Ce qui m'a motivée, c'est sa vision du métier, la manière dont elle regardait les projets. Elle faisait beaucoup de parallèles entre son ancien métier (dans le médical) et le développement. »

« Ce que j'aime, c'est que mes compétences en gestion de projet me servent beaucoup. J'apprends à coder, mais j'utilise aussi ce que je sais faire : organiser, prioriser. »

*Administratrice systèmes, réseaux et sécurité issue d'un parcours de reconversion*

« Le secteur du numérique bouge très vite. Et le fait de se passer de la moitié de la population française, c'est quelque chose qu'on souhaite enrayer. »

*Dirigeante d'une entreprise de moins de 10 salariés*

En outre, la digitalisation rapide des activités économiques impose aux entreprises de s'adapter en permanence et de maîtriser de nouveaux outils et processus. Recruter des profils issus de la reconversion permet d'enrichir les équipes avec des compétences en analyse de données, cybersécurité, développement web, intelligence artificielle ou gestion de la transformation digitale, autant de domaines en forte demande. Cette diversité de compétences et de points de vue favorise la créativité, l'agilité et la performance collective, tout en renforçant la capacité d'innovation de l'organisation.

<sup>11</sup> Ada tech school. (2024). Reconversion dans la tech. : comment identifier et valoriser vos compétences transférables.



« Nous avons une réelle volonté de continuer à féminiser les effectifs autant que faire se peut. Nous voyons que la présence de femmes dans les équipes apporte une dynamique tout autre dans l'équipe. »

*Responsable RH – Entreprise de moins de 50 salariés*

Intégrer des femmes en reconversion contribue à la formation continue des équipes et à la diffusion d'une culture d'apprentissage, essentielle pour rester compétitif dans un environnement technologique en constante évolution. Les entreprises qui valorisent ces profils diversifiés bénéficient ainsi d'un avantage concurrentiel durable, tant en matière de ressources humaines que de capacité d'adaptation aux mutations du marché.

### Renforcement de l'attractivité et de la marque employeur

Renforcer l'attractivité et la marque employeur est un enjeu clé pour les entreprises du numérique qui s'engagent dans la reconversion des femmes. En intégrant davantage de femmes issues de parcours variés, les entreprises valorisent la diversité et démontrent leur engagement en faveur de l'égalité, ce qui améliore leur image auprès des candidats et des partenaires. La présence féminine a un impact positif sur l'ambiance de travail, la cohésion des équipes et la performance globale, des éléments de plus en plus recherchés par les talents du secteur<sup>12</sup>



Pour renforcer leur attractivité, les entreprises peuvent mettre en avant les réussites de salariées en reconversion, organiser des événements ou des témoignages, et intégrer ces profils dans leur communication interne et externe (site carrière, réseaux sociaux, newsletters). Cette visibilité contribue à susciter des vocations et à attirer d'autres femmes vers les métiers du numérique, tout en fidélisant les collaboratrices déjà en poste.

Par ailleurs, la mise en place de processus de recrutement inclusifs, la refonte des offres d'emploi pour les rendre plus accessibles et la promotion d'une culture d'entreprise ouverte à la diversité sont identifiées comme des leviers efficaces pour attirer et retenir les talents féminins en reconversion.

<sup>12</sup> Alliancy. (2023). Les femmes en reconversion, un vivier de talents cachés pour la filière du numérique.

### Adaptation aux transformations du marché

Pour s'adapter efficacement aux transformations rapides du marché du numérique, les entreprises doivent impérativement requestionner leurs processus de recrutement et s'affranchir des profils classiques. Historiquement, le secteur privilégiait des parcours linéaires, souvent issus de grandes écoles d'ingénieurs ou de formations techniques traditionnelles. Cette approche limite l'accès à des talents diversifiés, notamment les femmes en reconversion, qui disposent pourtant de compétences et d'expériences précieuses pour répondre aux nouveaux enjeux du numérique.

En s'ouvrant à des profils atypiques, notamment ceux issus de la reconversion professionnelle, les entreprises favorisent l'innovation, l'adaptabilité et la performance collective. Cette évolution des pratiques RH est essentielle pour répondre à la pénurie de compétences, anticiper les mutations technologiques et construire des équipes plus créatives et résilientes, capables d'accompagner la transformation digitale sur le long terme.

## 4.3. LES FEMMES ET LA RECONVERSION

### Les leviers de motivation pour la reconversion des femmes

#### **Recherche de sens et d'accomplissement personnel**

De nombreuses femmes en reconversion sont motivées par un désir profond de trouver un métier qui ait plus de sens, qui corresponde mieux à leurs valeurs et à leurs aspirations personnelles. Ce besoin de donner du sens à leur carrière est particulièrement fort dans le contexte actuel, où les questions de responsabilité sociale et d'impact sociétal prennent de plus en plus d'importance. Le secteur du numérique, notamment à travers des métiers comme la data science, le développement durable ou la cybersécurité, peut offrir cette dimension d'impact concret, qui attire de plus en plus de femmes en quête de réorientation.



**« Dans ma dernière expérience professionnelle j'ai été confronté à un manque de reconnaissance. Je me suis énormément donnée pour mon employeur sans jamais une reconnaissance. Mais je suis une personne qui s'investit toujours à 100% dans son travail. Donc j'ai commencé un secteur dans lequel je pouvais me lancer en tant qu'indépendante. »**

*Développeuse issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

#### **Besoin de flexibilité et d'autonomie professionnelle**

La flexibilité est un levier majeur de la reconversion des femmes, particulièrement pour celles ayant des responsabilités familiales ou cherchant à améliorer leur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Selon l'étude de l'IFOP, un grand nombre de femmes choisissent des métiers qui leur offrent une plus grande autonomie, comme ceux du numérique, où des options comme le télétravail ou des horaires flexibles sont souvent possibles. Cette flexibilité, plus marquée dans le secteur numérique, devient un atout majeur pour attirer les femmes vers ces métiers en pleine croissance.



**« Moi, j'ai cherché à rejoindre une entreprise full remote, en tant que femme, en tant que mère. Pour avoir du temps pour ma vie personnelle. ».**

*Chief Product Officer issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

**« J'ai longtemps travaillé dans un secteur industriel avec des horaires décalés. Après mon divorce j'ai souhaité trouver un emploi me permettant d'avoir des horaires plus traditionnels pour pouvoir m'occuper de mon fils. »**

*Technicienne d'assistance en informatique issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

## Stabilité et sécurité économique

Les femmes en reconversion, en particulier celles issues de secteurs fragiles ou précaires, sont souvent motivées par le besoin d'accéder à des métiers plus stables et mieux rémunérés. Le secteur du numérique, avec sa forte demande de compétences et la diversité des métiers proposés, devient un choix stratégique pour celles qui cherchent à se sécuriser financièrement tout en construisant une carrière solide. Selon McKinsey (2023), l'intégration des femmes dans des secteurs à forte croissance, comme le numérique, pourrait ajouter une contribution significative au PIB européen, ce qui met en lumière les bénéfices économiques pour les femmes et les économies nationales.



**« Après avoir fait des études artistiques, je me suis confronté à un secteur dans lesquels les opportunités d'emploi été très rares. Donc ma première motivation dans ma reconversion a été le côté financier. J'avais besoin d'intégrer un secteur dans lequel des opportunités d'emploi été réel. »**

*Gestionnaire de bases de données issue d'un parcours de reconversion professionnelle.*

## Développement des compétences et de la confiance en soi

La reconversion représente également une opportunité pour les femmes de se développer personnellement et professionnellement. Les programmes de reconversion dans le numérique offrent des formations adaptées qui permettent aux femmes d'acquérir de nouvelles compétences, notamment dans des domaines techniques. Le processus d'apprentissage et l'acquisition de nouvelles compétences peuvent renforcer la confiance en soi des femmes, un facteur clé pour réussir une reconversion professionnelle. Ces formations sont souvent perçues comme un moyen d'investir dans leur avenir et de prendre en main leur carrière. Le mentorat, les réseaux de soutien et l'accompagnement personnalisé contribuent également à renforcer la motivation et la réussite des femmes en reconversion.



**« Toutes les femmes que j'ai rencontrés issus d'un parcours de reconversion ont développé un état d'esprit fort. Elles ont acquis des compétences et souhaitent être légitimes dans ce secteur masculin. »**

*Manager dans une entreprise de plus de 500 salariés.*

## 4.4. FREINS DE LA RECONVERSION DES FEMMES

### L'auto-censure des femmes

L'un des freins majeurs à la reconversion des femmes réside dans les stéréotypes de genre ancrés dans la société et le monde du travail. Les femmes sont souvent socialisées dès leur enfance à percevoir certaines professions comme étant masculines et d'autres féminines. Cela influe sur leurs choix de carrière et leur confiance en elles. Dans des secteurs comme le numérique, encore perçu comme un domaine réservé aux hommes, beaucoup de femmes s'auto-censurent et ne considèrent pas ces métiers comme accessibles pour elles. La peur de l'échec, associée à des stéréotypes persistants sur leurs hard skills, est donc un obstacle psychologique majeur à leur reconversion.



**« Les femmes attendent de maîtriser les compétences à 200% avant de se sentir légitime à postuler à un poste. Les hommes eux ont besoin de maîtriser seulement 25% des compétences pour postuler. »**

*Responsable du recrutement – Entreprise de plus de 500 salariés*

**« Le plus dur, c'est qu'on ne se sent pas légitime. Moi je me disais : je suis trop vieille, c'est trop technique, c'est pour des jeunes gars passionnés depuis l'adolescence. »**

*Développeuse web Fullstack issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

### Les inégalités dans l'accès à la formation et conciliation avec la vie personnelle

L'accès à la formation représente un frein important pour de nombreuses femmes en reconversion. Les formations dans les métiers numériques, par exemple, peuvent être perçues comme complexes et exigeantes, particulièrement pour celles qui n'ont pas un bagage académique technique. De plus, les formations disponibles ne sont pas toujours adaptées à leurs besoins spécifiques, telles que des formations flexibles et accessibles en ligne, ou qui prennent en compte les contraintes familiales et professionnelles des femmes. Le manque de parcours de reconversion accessibles, ainsi que le coût des formations, est une barrière à l'entrée dans ces secteurs pour de nombreuses femmes.



**« Gérer les enfants, les devoirs, et en plus apprendre le code... c'est un peu la double journée. J'ai cherché une formation 100% à distance et flexible pour me permettre de gérer aussi mon quotidien de maman. »**

*Développeuse web Fullstack issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

## Les obstacles financiers et le coût de la reconversion

Le coût financier de la reconversion représente un frein non négligeable. Les femmes en reconversion doivent souvent jongler avec des dépenses de formation, mais également avec la réduction de leurs revenus pendant la phase de reconversion. Bien que des dispositifs comme le Compte Personnel de Formation (CPF) existent, l'accès à des financements ou à des bourses peut rester limité pour certaines d'entre elles. Par ailleurs, la reconversion peut impliquer une prise de risque professionnelle et économique importante, notamment si elle s'accompagne d'une période sans emploi ou d'une baisse de salaire temporaire.

## Les réticences des recruteurs et la question des diplômes

Les recruteurs, parfois réticents à embaucher des femmes en reconversion, tendent à privilégier des profils avec des diplômes spécifiques ou des expériences professionnelles dans des secteurs traditionnels. En particulier dans le secteur numérique, le manque de reconnaissance des compétences acquises pendant une reconversion ou des parcours atypiques constitue un frein majeur. Le système de recrutement, trop centré sur des critères académiques, peut limiter l'accès des femmes aux postes qu'elles pourraient parfaitement occuper. Cette réticence à accepter des parcours non traditionnels empêche de nombreuses femmes de saisir des opportunités intéressantes, malgré leur potentiel.



**« A compétences équivalentes j'ai l'impression de devoir me justifier deux fois plus qu'un homme. » -**

*Intégratrice logicielle métier issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

**« J'ai toujours travaillé dans des secteurs très masculins, donc je crois que j'ai développé une posture me permettant de m'imposer. » -**

*Technicienne d'assistance en informatique issue d'un parcours de reconversion professionnelle*

## 4.5. PARCOURS DE RÉUSSITE

Au cours de cette démarche, nous avons choisi de donner la parole à des femmes qui ont osé réinventer leur parcours professionnel pour rejoindre le secteur du numérique.

À travers leurs histoires singulières, ces portraits incarnent la diversité des profils, des motivations et des itinéraires possibles : chacune a su mobiliser ses compétences initiales en de nouveaux atouts, dépasser ses doutes et s'appuyer sur des soutiens variés pour franchir les obstacles rencontrés.

Ces récits illustrent concrètement comment la reconversion vers les métiers du numérique est accessible à toutes. Ils visent à inspirer, rassurer et motiver celles qui envisagent une transition similaire, en montrant que chaque parcours, aussi atypique soit-il, peut devenir une force et ouvrir la voie à de nouvelles ambitions professionnelles.



# NORA — D'INGÉNIEURE EN GÉNIE CIVIL À ARCHITECTE IOT

## « REBATIR SUR DES FONDATIONS NUMERIQUES »



### PROFIL

**Prénom** : Nora  
**Age** : 37 ans  
**Lieu de résidence** : Strasbourg  
**Situation** : un enfant en bas âge



### POSTE

**Métier de provenance** : Ingénieure  
en génie civil  
**Métier de destination** : Architecte  
IoT

## PARCOURS DE RECONVERSION



### Parcours initial et expérience professionnelle

- **Diplôme** : Ingénieur en génie civil INSA Strasbourg
- **Expérience** : 10 ans en tant qu'ingénieure génie civil dans des bureaux d'études

### Déclat et information

- Besoin de retrouver un équilibre vie professionnelle et vie personnelle
- Intégration du programme Maison Digitale destinée aux femmes souhaitant intégrer le secteur du numérique
- Accompagnement par une mentor issue d'une reconversion dans la cybersécurité

### Parcours de reconversion

- **Titre visé** : Architecte Internet des Objet (IoT)
- Obtention du titre via une formation sur 12 mois
- **Formation certifiante complémentaire** : Cybersécurité



**En poste depuis 1 an dans un grand groupe de transport et logistique** en tant  
Développeuse Internet des Objets.

### COMPÉTENCES CLÉS TRANSFÉRABLES

#### SOFT SKILLS :

- Capacité d'analyse
- Réactivité
- Résolution de problèmes

#### TRANSVERSES :

- Animer une démarche agile et innovante
- Gestion de projet
- Participer et animer un travail d'équipe

### COMPÉTENCES CLÉS À ACQUÉRIR

#### HARD SKILLS :

- Gérer une architecture fonctionnelle SI
- Concevoir et déployer un algorithme
- Gérer les risques de cybersécurité

# NORA — D'INGÉNIEURE EN GÉNIE CIVIL À ARCHITECTE IOT

## « REBATIR SUR DES FONDATIONS NUMÉRIQUES »



### PORTRAIT

#### **Qu'est-ce qui vous a poussé à quitter le secteur du génie civil pour l'IoT ?**

Je travaillais depuis presque dix ans dans des bureaux d'études en génie civil. Le rythme était intense, les déplacements fréquents, les horaires extensibles... J'ai commencé à chercher un domaine où mes compétences seraient transférables, mais avec un quotidien plus flexible, plus aligné avec mes priorités personnelles.

#### **Avez-vous douté de votre légitimité en vous réorientant vers le numérique ?**

Même avec un diplôme d'ingénieure, je ne venais pas du numérique. Je me disais : « Je suis trop éloignée de ce milieu, je ne suis pas la bonne candidate ». On pense que ces métiers sont réservés aux « geeks ». En réalité, ce sont aussi des domaines où la logique, la rigueur, l'aptitude à modéliser des systèmes, ce que j'avais acquis dans mon précédent métier, sont de vraies forces.

#### **Comment avez-vous surmonté ce sentiment d'illégitimité ?**

J'ai intégré un réseau de femmes dans la tech. Voir d'autres profils « atypiques » m'a aidée à relativiser. J'ai aussi été accompagnée par une mentore qui s'était reconvertie dans la cybersécurité. En échangeant avec ces femmes je me suis également rendu compte qu'avoir un titre d'ingénieur serait un avantage pour les entreprises qui recrutent.

#### **Votre projet a-t-il nécessité de suivre une nouvelle formation ?**

Oui, pour acquérir les bases techniques du numérique et de l'IoT, j'ai obtenu une Certification professionnelle « Architecte IoT » pendant 12 mois. J'ai pu trouver un centre de formation à proximité. Le titre d'ingénieur offre l'avantage d'ouvrir l'accès à des formations ciblées, souvent plus courtes et accélérées.

#### **Quelles compétences avez-vous pu transférer de votre ancien métier ?**

Mon sens de l'analyse, la gestion de projet, la lecture de plans, la capacité à modéliser un système complexe... Tout cela est utile dans la conception de réseaux de capteurs ou dans la modélisation de systèmes embarqués.

#### **Quel message aimerez-vous transmettre à d'autres femmes ?**

Ne laissez pas les étiquettes décider pour vous. Le numérique a besoin de profils variés, de visions différentes. Même si vous ne vous sentez pas « faite pour ça », osez vous former, réseauter, poser des questions. On n'est jamais trop éloignée pour apprendre. Le plus dur, c'est de faire le premier pas.

# SOFIA — DE CHARGÉE D'ÉTUDES STATISTIQUES À UX/UI DESIGNER



## « CE QUE JE FAIS AUJOURD'HUI ME RESSEMBLE »



### PROFIL

**Prénom** : Sofia

**Age** : 31 ans

**Lieu de résidence** : village de la Drôme

**Situation** : célibataire



### POSTE

**Métier de provenance** : Chargée d'études statistiques

**Métier de destination** : Architecte IoT

## PARCOURS DE RECONVERSION



### Parcours initial et expérience professionnelle

- **Diplôme** : Master Econométrie & statistiques (Bac+5)
- **Expérience** : 5 ans en tant que chargée d'études statistiques

### Déclic et information

- Découverte de l'UX/UI design en aidant une amie à réfléchir à l'interface d'une application
- Licenciement économique pour cessation totale d'activité de l'entreprise
- Suivi de MOOC et rencontre avec des UI/UX designers

### Parcours de reconversion

- Intégration d'une **formation 100 % à distance** sur 9 mois avec période en entreprise
- **Titre Professionnel obtenu** : Concepteur designer UI/UX
- Formation complémentaire : Figma (outil)



En poste depuis 2 ans dans une ESN en tant que UX/UI Designer

### COMPÉTENCES CLÉS TRANSFÉRABLES

#### SOFT SKILLS :

- Sens de l'analyse
- Orientation utilisateur
- Écoute active

#### TRANSVERSES :

- Participer et animer un travail d'équipe
- Gérer un projet
- Travailler à distance en mode collaboratif

### COMPÉTENCES CLÉS À ACQUÉRIR

#### HARD SKILLS :

- Développer une solution digitale
- Gérer les logiciels métiers
- Gérer la production de livrables

# SOFIA — DE CHARGÉE D'ÉTUDES STATISTIQUES À UX/UI DESIGNER

« CE QUE JE FAIS AUJOURD'HUI  
ME RESSEMBLE »



## PORTRAIT

### Qu'est-ce qui vous a poussé à changer de cap professionnel ?

J'avais un poste stable, des tâches précises, une routine, mais je sentais que quelque chose manquait. La révélation est venue un peu par hasard : en aidant une amie à réfléchir à l'interface d'une application, j'ai eu un vrai déclic. Il existait un métier, l'UX/UI Design, où l'on conçoit des expériences numériques à la fois intuitives, utiles et belles. Et un jour mon entreprise a fermé. J'ai voulu rebondir à la suite de cet événement en requestionnant mon projet professionnel.

### Pourquoi l'UX/UI Design précisément ?

Il combine technique, empathie, esthétique, émotion et analyse. Chaque projet est une enquête : qui est l'utilisateur ? Que veut-il ? Comment le guider sans le frustrer ?

### Qu'est-ce que votre ancien métier vous a permis de transférer ?

Mon sens de l'analyse, la précision, l'écoute. Je devais interpréter des résultats, poser des hypothèses... J'avais aussi un esprit méthodologique, que j'ai transposé dans la phase de tests utilisateurs ou dans la structuration des maquettes.

### Quels freins avez-vous rencontrés ?

Mon principal frein c'était l'image que je me faisais du numérique : un monde technique, très masculin, individuel. J'avais peur d'y être invisible ou de ne pas m'y sentir à ma place.

### Comment les avez-vous dépassés ?

J'ai suivi des MOOC, j'ai rencontré des personnes qui occupaient cet emploi. Et surtout, j'ai intégré une formation 100 % à distance dans laquelle j'ai rencontré une réelle communauté qui m'a aidé à progresser.

### Un conseil pour d'autres femmes qui hésitent ?

Votre sensibilité, vos doutes, vos expériences : tout cela peut devenir une force. L'UX/UI Design n'est pas réservé à une élite artistique ou technique. Si vous aimez observer, créer, résoudre des problèmes humains à travers le numérique, foncez. Ce métier a besoin de diversité, d'écoute et de regards nouveaux. Il a besoin de vous.

# LEÏLA — DE JURISTE À DATA PROTECTION OFFICER (DPO)



« JE VOULAIS ETRE ACTRICE DE LA  
TRANSFORMATION NUMERIQUE »



## PROFIL

**Prénom** : Leïla  
**Age** : 35 ans  
**Lieu de résidence** : Paris  
**Situation** : mariée, 1 enfant en bas âge



## POSTE

**Métier de provenance** : Juriste  
**Métier de destination** : Data  
Protection Officer (DPO)

## PARCOURS DE RECONVERSION



### Parcours initial et expérience professionnelle

- **Diplôme** : Master Droit du travail (bac +5)
- **Expérience** : 10 ans en tant que juriste en droit du travail

### Déclic et information

- La RGPD est devenue une opportunité de spécialisation
- Démission pour rapprochement de conjoint

### Parcours de reconversion

- Intégration d'un programme de reconversion destiné aux femmes en région
- **Diplôme visé** : DU délégué à la protection des données DPO Université Paris II - Panthéon-Assas (bac +5) en 1 an
- Obtention du **Diplôme Universitaire**.



**En poste depuis 9 mois** dans un grand groupe dans le secteur du numérique en tant que DPO.

### COMPÉTENCES CLÉS TRANSFÉRABLES

#### SOFT SKILLS :

- Sens de l'éthique et intégrité
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Communication

#### TRANSVERSES :

- Gérer un projet
- Analyser et gérer les risques
- Faciliter les projets et transformations

### COMPÉTENCES CLÉS À ACQUÉRIR

#### HARD SKILLS :

- Gérer une architecture fonctionnelle SI
- Gérer les risques de cybersécurité
- Mener un audit ou test de conformité

# LEÏLA — DE JURISTE À DATA PROTECTION OFFICER (DPO)

« JE VOULAIS ÊTRE ACTRICE DE LA  
TRANSFORMATION NUMÉRIQUE »



## PORTRAIT

### **Leïla, comment passe-t-on de juriste à Data Protection Officer ?**

À vrai dire, c'est moins éloigné qu'on pourrait le croire. Pendant plus de dix ans, j'ai travaillé comme juriste en droit du travail. J'adorais défendre des causes, sécuriser les relations, accompagner les RH. Les enjeux autour du numérique, de la donnée, de la confidentialité me semblaient de plus en plus centraux. Quand le RGPD a commencé à s'imposer dans mon quotidien, j'ai eu envie d'en faire plus qu'une contrainte réglementaire : une nouvelle spécialisation.

### **Pourquoi vous être orientée vers le métier de DPO ?**

Parce que c'est un métier qui est à la jonction du droit, de l'éthique, de la technologie. Il demande à la fois de comprendre les textes, d'évaluer des risques, et de dialoguer avec des profils très variés. J'ai saisi l'opportunité de suivre mon mari et quitter mon poste pour donner un nouvel élan à mon parcours professionnel.

### **Est-ce que votre passé de juriste vous a aidé dans cette reconversion ?**

Mon expertise juridique, notamment sur les notions de confidentialité, de responsabilité et de gouvernance, a été un gros atout. J'avais aussi l'habitude de décrypter des textes, de rédiger des clauses, de sensibiliser des non-juristes. Ce qu'il a fallu compléter, c'est la partie plus technique : comprendre les flux de données, les enjeux IT, la cybersécurité. Mais ça s'apprend !

### **Vous évoquez un manque de visibilité des métiers numériques : vous pouvez expliquer ?**

Quand on pense au numérique, on pense souvent aux développeurs ou aux data scientists. Mais on ignore qu'il existe des fonctions comme DPO, qui mêlent droit, gouvernance et technologie.

J'ai pris contact avec Femmes@numérique qui m'a éclairé sur la diversité des métiers existants et m'a mis en relation avec des professionnelles dont certaines avaient intégrées le secteur en seconde partie de carrière.

### **Quel message aimerais-tu transmettre ?**

Ne croyez pas que le numérique est réservé à une élite technique. Il y a des métiers comme le mien, qui ont besoin de profils hybrides, curieux, rigoureux. Si vous venez du droit, des RH, de la communication : vous avez des bases solides. Ce qu'il vous faut, c'est oser franchir la porte.

# CÉLINE — DE SECRÉTAIRE MÉDICALE À SPÉCIALISTE SYSTÈMES RÉSEAUX SÉCURITÉ

« REPARTIR DE ZÉRO, CE N'EST PAS TOUT  
PERDRE. C'EST SE RÉINVENTER. »



## PROFIL

**Prénom** : Céline  
**Age** : 45 ans  
**Lieu de résidence** : Périphérie de  
Toulouse  
**Situation** : mère de 3 grands enfants



## POSTE

**Métier de provenance** : Secrétaire  
médicale  
**Métier de destination** : Spécialiste  
systèmes/réseaux/sécurité

## PARCOURS DE RECONVERSION



### Parcours initial et expérience professionnelle

- **Diplôme** : S2MS (Secrétaire Médicale et Médico-Sociale)
- **Expérience** : 15 ans en tant que secrétaire médicale

### Déclic et information

- Passer de l'usage d'outils à l'envie de les concevoir soi-même
- Evolution de l'intérêt pour l'administration système vers la cybersécurité

### Parcours de reconversion

- Titre visé : DUT en informatique sur 2 ans, en présentiel et cours du soir
- Evolution au sein de la société sur des missions plus spécialisées

En poste depuis 4 ans dans une start-up du numérique, et depuis 2 ans sur le poste de Spécialiste systèmes, réseaux et sécurité



=> VAE envisagée **pour obtenir le titre de Technicien supérieur systèmes et réseaux**

### COMPÉTENCES CLÉS TRANSFÉRABLES

#### SOFT SKILLS :

- Rigueur et sens de l'organisation
- Sens du service
- Travail en équipe et communication

#### TRANSVERSES :

- Gérer un projet
- Gérer la production de livrables
- Utiliser l'anglais en contexte professionnel

### COMPÉTENCES CLÉS À ACQUÉRIR

#### HARD SKILLS :

- Gérer une architecture fonctionnelle SI
- Assurer la maintenance d'un équipement
- Gérer les risques de Cybersécurité

# CÉLINE — DE SECRÉTAIRE MÉDICALE À SPÉCIALISTE SYSTÈMES RÉSEAUX SÉCURITÉ

« REPARTIR DE ZÉRO, CE N'EST PAS TOUT  
PERDRE. C'EST SE RÉINVENTER. »



## PORTRAIT

### **Céline, pourquoi avoir quitté le secteur médical pour celui des réseaux ?**

J'ai travaillé comme secrétaire médicale pendant presque dix ans, en cabinet et en centre hospitalier. C'était un métier très humain, mais aussi très procédurier et, il faut le dire, souvent frustrant d'un point de vue technique. Je passais mes journées sur des logiciels vieillissants, à jongler entre systèmes mal configurés. J'avais souvent des idées pour améliorer les choses, mais je n'avais ni les moyens ni la légitimité. Un jour, je me suis dit : "Et si, au lieu de subir les outils, je les concevais ?"

Au départ je pensais à l'administration de systèmes, puis j'ai découvert les enjeux de sécurité : la protection des données, la gestion des accès, les failles logicielles. C'est un domaine où tout évolue vite, où on apprend constamment, et où mon sens de l'organisation et ma rigueur ont trouvé une nouvelle utilité.

### **Comment avez-vous vécu le fait de "retourner à l'école" ?**

Ça a été mon plus grand frein. À 36 ans, reprendre des cours, se retrouver entourée de profils plus jeunes, parfois très techniques. Il y a eu des moments de doute, mais j'ai aussi découvert que j'adorais apprendre. Et surtout, que ma maturité, mon expérience en entreprise, mon sens du relationnel faisaient de moi un atout dans les projets de groupe.

### **Quels éléments de votre passé vous ont aidé dans ce métier très technique ?**

Mon sens du détail, ma capacité à gérer des situations urgentes, à suivre des protocoles précis. En tant que secrétaire médicale, je gérais aussi des accès à des dossiers confidentiels, des questions de sécurité : aujourd'hui, je suis juste passée de la pratique à l'architecture du système.

### **Votre message à celles qui hésitent encore ?**

Changer de voie, ce n'est pas trahir ce qu'on a été. C'est donner une nouvelle forme à ce qu'on sait faire. Ne vous censurez pas parce que vous n'avez pas "le bon profil" : votre vécu est une richesse. Osez-vous former, vous tromper, recommencer. Le numérique a besoin de diversité, et vous y avez toute votre place.

# MYRIAM — DE LA COMMUNICATION VERS LE DEVELOPPEMENT WEB

« MON ŒIL CRITIQUE  
EST DEvenu UN ATOUT TECHNIQUE »



## PROFIL

**Prénom** : Myriam  
**Age** : 42 ans  
**Lieu de résidence** : Lille  
**Situation** : mère de 2 grands enfants



## POSTE

**Métier de provenance** : Chargée de communication  
**Métier de destination** :  
Développeuse d'applications

## PARCOURS DE RECONVERSION



### Parcours initial et expérience professionnelle

- **Diplôme** : Licence en communication (Bac+3)
- **Expérience** : 15 ans en tant que chargée de communication

### Déclic et information

- Découverte du développement web lors d'un projet de refonte de site web
- Sensibilisation et information grâce à des ressources gratuites (chaînes YouTube, podcasts, conférences)
- Participation aux initiatives régionales (ateliers tech, rencontres métiers, etc.)

### Parcours de reconversion

- **Conseiller Proch'Info Formation** : aide à la définition du projet, orientation vers un centre habilité VAE
- **Titre Professionnel visé** : Développeur web et web mobile
- Obtention du **Titre Professionnel** grâce au dispositif Transition Pro en alternance au sein de son entreprise



**En poste depuis 6 mois** en tant que Développeuse d'applications dans une start-up du numérique.

### COMPÉTENCES CLÉS TRANSFÉRABLES

#### SOFT SKILLS :

- Esprit critique
- Orientation utilisateur
- Communication

#### TRANSVERSES :

- Gérer un projet
- Travailler en autonomie
- Utiliser l'anglais en contexte professionnel

### COMPÉTENCES CLÉS À ACQUÉRIR

#### HARD SKILLS :

- Développer une solution digitale
- Gérer une architecture technique
- Assurer la maintenance d'un équipement

# MYRIAM — DE LA COMMUNICATION VERS LE DEVELOPPEMENT WEB

« MON ŒIL CRITIQUE  
EST DEvenu UN ATOUT TECHNIQUE »



## PORTRAIT

**Myriam, on ne croise pas souvent d'anciennes communicantes devenues développeuses. Comment s'est fait ce virage ?**

Je n'avais jamais imaginé écrire autre chose que des discours ou des articles... jusqu'à ce que je doive collaborer avec une équipe technique pour refondre un site. Je voyais les développeurs créer en quelques jours des outils qui mettaient des semaines à concevoir dans mon ancien métier. Je me suis dit : "Et si moi aussi je pouvais faire ça ?"

**Pourquoi le développement d'applications, en particulier ?**

Parce que c'est un terrain de jeu infini. On peut créer des interfaces, des parcours utilisateurs, résoudre des problèmes concrets... C'est à la fois logique, esthétique, et profondément humain. J'avais envie de comprendre ce qu'il y a derrière les outils qu'on utilise tous les jours, et d'avoir enfin la possibilité de les façonner moi-même.

**Vous avez identifié un frein majeur : l'accès limité au réseau professionnel. Qu'est-ce que ça a impliqué ?**

En tant que communicante, j'avais un réseau très orienté marketing, institutions, culture. Dans la tech, je ne connaissais personne. Pas de relais, pas de mentor, même pas de personnes à qui poser mes premières questions. J'avais l'impression d'être à la porte d'un monde fermé.

**Et comment avez-vous réussi à franchir cette porte ?**

Le vrai tournant, ça a été les événements tech. Mes enfants étant désormais grands, j'ai commencé par assister à des conférences à Paris et en Belgique, puis j'ai participé à un atelier dans ma région. J'y ai rencontré des développeurs passionnés ainsi que des recruteurs. J'ai également eu la chance d'être accompagnée par un conseiller de Proch'Info Formation.

**Votre ancien métier vous a-t-il aidé dans cette transition ?**

En communication, on apprend à structurer un message, à penser à l'utilisateur final, à adapter un contenu à son audience. En développement, c'est pareil : il faut penser au besoin, à l'expérience, à la fluidité. Et puis mon aisance rédactionnelle m'a permis de documenter mon code, de communiquer efficacement avec les équipes produit.

**Un mot pour celles qui viennent d'un autre monde professionnel ?**

Vous êtes plus proches de la tech que vous ne le pensez. Si vous aimez résoudre des problèmes, comprendre comment les choses fonctionnent, et que vous avez envie d'apprendre : foncez. Le réseau viendra avec le temps. Mais la première étape, c'est d'oser se considérer comme légitime

# AWA — DE FORMATRICE EN LETTRES À SPÉCIALISTE IA EMBARQUÉE

« JE VOULAIS ALLER LÀ OÙ LA  
TECHNOLOGIE RENCONTRE L'HUMAIN »



## PROFIL

**Prénom** : Awa

**Age** : 44 ans

**Lieu de résidence** : Marseille

**Situation** : mère célibataire, 1 grand garçon



## POSTE

**Métier de provenance** : Formatrice en lettres

**Métier de destination** : Spécialiste IA embarquée

## PARCOURS DE RECONVERSION



### Parcours initial et expérience professionnelle

- **Diplôme** : Master MEEF (Bac+5)
- **Expérience** : 20 ans dans l'enseignement et la formation

### Déclic et information

- Perte de sens dans son métier et conditions de travail devenues difficiles
- **Découverte de l'IA à 40 ans** : intérêt croissant pour les nouvelles technologies
- Prise d'information via des webinaires, conférences, ressources gratuites

### Parcours de reconversion

- **Accompagnement** : intégrée à une communauté de professionnels de l'IA
- **Formation** : apprentissage autonome, essais, erreurs et persévérance
- **Reconversion réussie** : changement de métier, montée en compétences



En poste **depuis** 16 mois dans une grande entreprise de la tech en tant que Spécialiste IA embarquée.

=> **VAE envisagée** à l'appui d'une formation complémentaire 100 % à distance pour obtenir la certification Expert en ingénierie de l'intelligence artificielle (bac +5).

### COMPÉTENCES CLÉS TRANSFÉRABLES

#### SOFT SKILLS :

- Esprit d'analyse
- Curiosité
- Adaptabilité

#### TRANSVERSES :

- Travailler à distance en mode collaboratif
- Actualiser ses connaissances et s'adapter
- Analyser et gérer les risques

### COMPÉTENCES CLÉS À ACQUÉRIR

#### HARD SKILLS :

- Concevoir et déployer un algorithme
- Intégrer des outils IA/Data Science
- Gérer et exploiter des données massives

# AWA — DE FORMATRICE EN LETTRES À SPÉCIALISTE IA EMBARQUÉE

« JE VOULAIS ALLER LÀ OÙ LA  
TECHNOLOGIE RENCONTRE L'HUMAIN »



## PORTRAIT

**Awa, votre parcours est assez atypique. Qu'est-ce qui vous a fait quitter le secteur de la formation ?**

J'aimais transmettre, j'aimais les élèves, mais les conditions sont devenues de plus en plus difficiles. J'étais épuisée. Mon fils grandissait, et je voulais aussi lui montrer autre chose : qu'on peut se réinventer, même à 40 ans. Je m'intéressais à l'intelligence artificielle, aux machines qui apprennent, mais je pensais que ce n'était pas pour moi. Trop technique, trop masculin, trop éloigné de mon monde. Jusqu'au jour où j'ai décidé de ne plus laisser ces "trop" me définir.

**Pourquoi vous être tournée vers l'IA embarquée ?**

Parce que c'est là que j'ai retrouvé l'émerveillement. Ce sont des technologies qui interagissent avec le réel. J'ai trouvé ça fascinant. Et surtout, j'ai réalisé qu'on avait besoin de profils divers pour imaginer ces outils : des gens qui comprennent l'éthique, les usages, la langue... Mon parcours en lettres m'a donné un regard original sur les technologies.

**Ce monde de la tech vous a-t-il semblé difficile à intégrer ?**

J'avais peur de ne pas être crédible. Il y avait peu de femmes dans les premiers webinaires où j'ai participé, et j'avais l'impression de parler une autre langue. Mais j'ai pris ça comme un apprentissage. J'ai lu, beaucoup. J'ai codé, j'ai échoué, j'ai recommencé. Et surtout, j'ai trouvé une communauté de professionnels de l'IA qui m'a énormément soutenue.

**Vous êtes mère célibataire. Comment avez-vous géré cette transition ?**

Ce n'était pas facile. Il a fallu s'organiser, faire des choix. Mais mon fils m'a vue me battre, apprendre, douter, réussir. Je voulais qu'il voie sa mère construire un avenir, pas rester enfermée dans un métier qui ne la rendait plus heureuse.

**Quels sont les résultats de ta reconversion ?**

Je suis plus épanouie. Mon salaire a augmenté, j'ai du télétravail, ce qui me permet de faciliter la gestion de mon diabète. Et surtout, j'ai retrouvé confiance en moi. Et j'ai prouvé qu'il n'est jamais trop tard pour changer de vie.

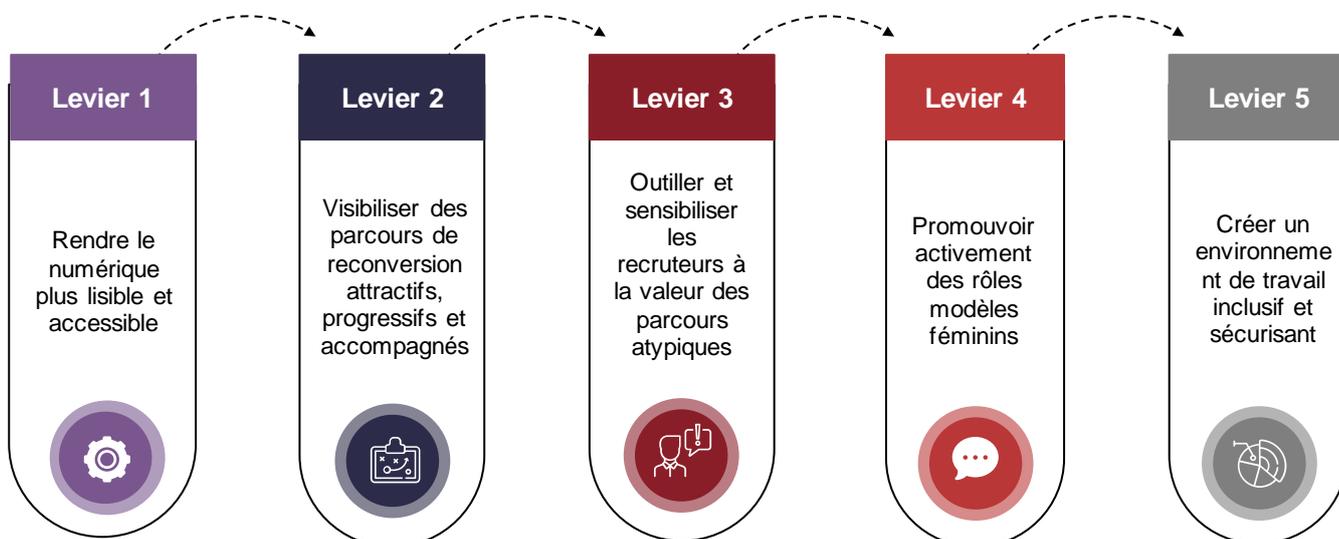
**Un mot pour celles qui hésitent ?**

Il n'y a pas de profil type pour travailler dans la tech. Vos expériences passées, même très différentes, sont des richesses. Si quelque chose vous attire, explorez-le. Ne laissez pas le regard des autres ou le manque de modèles vous freiner. Devenez votre propre modèle.

## **PARTIE 5. DES AXES DE RÉFLEXIONS À INVESTIGUER**

## 5.1. FAVORISER LA RECONVERSION DES FEMMES DANS LE NUMÉRIQUE : CONSTATS PARTAGÉS

La démarche a permis de questionner des entreprises et des femmes issus d'un parcours de reconversion sur les difficultés rencontrées et les axes d'amélioration à penser pour favoriser l'accès des femmes en reconversion aux métiers du numérique.



### Rendre le numérique plus lisible et accessible

Le premier levier mis en avant réside dans la nécessité de démystifier les métiers du numérique. De nombreuses femmes expriment une difficulté à se projeter dans ces professions, en raison d'un vocabulaire jugé opaque, d'intitulés de postes peu compréhensibles et d'une image technique, masculine et élitiste du secteur. L'analyse sémiologique des supports de communication montre que les sites d'information comme ceux des entreprises du numérique insistent massivement sur la performance, les hard skills et l'innovation, tout en laissant de côté des dimensions essentielles pour les personnes en reconversion (équilibre vie pro/perso, sens du métier, accompagnement)

Des outils de communication et de promotion des métiers et des parcours atypiques peuvent être développés et diffusés, afin de favoriser une meilleure lisibilité des parcours d'accès au secteur. Il ne s'agit pas de simplifier à l'excès, mais de rendre le numérique intelligible, en particulier pour des femmes éloignées des codes de ce domaine.

### Visibiliser des parcours de reconversion attractifs, progressifs et accompagnés

Le deuxième levier repose sur la visibilité de parcours de reconversion de femmes dans le secteur. Les témoignages recueillis montrent que les femmes en reconversion ont souvent des contraintes à prendre en compte dans leur projet de reconversion et qu'elles manquent de repères pour sécuriser leur projet professionnel.

Des formats plus souples, modulables, articulés autour de la montée en compétences progressive, doivent être rendu davantage visibles. La combinaison de plusieurs briques (immersions en entreprise, formations courtes certifiantes, mentorat, bootcamps, suivi post-formation) permet de renforcer l'engagement.

#### Outiller et sensibiliser les recruteurs à la valeur des parcours atypiques

Un autre levier concerne l'évolution des pratiques de recrutement. L'enquête auprès des entreprises comme les entretiens mettent en évidence que, malgré une ouverture affichée aux profils en reconversion, les recruteurs restent fortement attachés à l'expérience préalable et aux hard skills acquis dans un contexte professionnel. Or, de nombreuses femmes issues de parcours non linéaires possèdent des compétences transférables précieuses (gestion de projet, relation client, rigueur, communication).

Former les recruteurs à détecter ces compétences, à lire autrement les CV atypiques et à évaluer le potentiel plutôt que le parcours peut être un levier important. Cela suppose aussi de promouvoir des méthodes de recrutement plus ouvertes (MRS, mises en situation, entretiens collectifs...).

#### Promouvoir activement des rôles modèles féminins

Les témoignages recueillis le confirment : la visibilité de parcours inspirants joue un rôle déclencheur pour les femmes en reconversion. Le fait de voir d'autres femmes ayant réussi leur transition dans le numérique, d'entendre leur récit et d'observer la diversité des trajectoires possibles permet de créer un effet miroir mobilisateur.

Les entreprises peuvent jouer un rôle moteur en valorisant leurs collaboratrices en reconversion à travers des contenus de communication internes ou publics.

#### Créer un environnement de travail inclusif et sécurisant

Enfin, les leviers ne peuvent porter leurs fruits que si les conditions d'accueil des femmes en reconversion sont adaptées. Plusieurs interlocuteurs ont souligné que ces profils peuvent se heurter à des résistances dans les équipes voire au sein de leurs clients, à un sentiment d'illégitimité ou à des situations d'isolement dans les environnements techniques majoritairement masculins.

Des dispositifs simples, tels que le parrainage interne, un point de contact dédié à l'inclusion, des sensibilisations aux biais inconscients ou la mise en place de réseaux internes féminins peuvent faire la différence. La réussite de l'intégration repose sur la capacité de l'entreprise à créer un cadre bienveillant, lisible et valorisant, qui donne aux femmes en reconversion la possibilité de se projeter dans la durée.

## 5.2. DES INITIATIVES REPÉRÉES POUR FAVORISER LA RECONVERSION DES FEMMES DANS D'AUTRES PAYS

La reconversion des femmes vers les métiers du numérique constitue un enjeu majeur à l'échelle internationale, tant pour l'égalité professionnelle que pour la compétitivité des entreprises. Différents pays ont développé des actions innovantes pour répondre à cet enjeu dans un secteur historiquement masculinisé. Voici des initiatives repérées pour répondre aux axes d'amélioration identifiés dans le cadre de cette démarche.



### Rendre le numérique plus lisible et accessible

Dans de nombreux pays, la première barrière à la reconversion des femmes dans le numérique reste la méconnaissance des métiers et des compétences requises. Pour y remédier, des initiatives comme **Code First Girls au Royaume-Uni** ou **Women Who Code aux États-Unis** proposent des formations d'initiation gratuites ou à coût réduit, spécifiquement conçues pour les femmes. Ces programmes démythifient le secteur, présentent la diversité des métiers (développement, data, cybersécurité, UX/UI, etc.) et insistent sur la transférabilité des compétences issues d'autres secteurs.

- **Code First Girls (Royaume-Uni)** : Code First Girls propose des formations gratuites au code pour les femmes, avec une large communauté et des partenariats entreprises pour faciliter l'insertion professionnelle. Plus de 200 000 femmes formées, contenus accessibles du niveau débutant à avancé.

 <p><b>LEARN A NEW SKILL TECH TASTERS</b></p> <p>Our Tech Tasters (formerly MOOCs) are 100% free and great for beginners or anyone that fancies a little refresher or upskill moment! Learn the principles of key tech topics over 4 self-paced lessons and then test your knowledge with our quizzes.</p> <p><b>📄 MORE INFO &amp; AVAILABLE COURSES</b></p>	 <p><b>UPSKILL OR UPGRADE YOUR CAREER</b></p> <p>Ready for a change of career or simply want to upskill? Our 8-week beginner courses will give you the fundamentals to super-charge your career or explore a new career path.</p> <p>Great for tech returners, mums, career switchers and anyone wanting to kickstart are career in tech – all 100% free!</p> <p><b>📄 MORE INFO &amp; AVAILABLE COURSES</b></p>	 <p><b>TECH CAREER PATHWAYS SOFTWARE - DATA - FULL-STACK- PRODUCT MANAGEMENT</b></p> <p>Press start on a career in tech with our 16-week intensive course across a software, full-stack or data specialisation. By the end of the CFGdegree, graduates will be qualified to explore a career pathway across a range of tech roles, and often will have job opportunities with partner companies we are working with. Our CFGdegree is 100% free for all candidates thanks to our sponsoring companies!</p> <p><b>📄 MORE INFO &amp; AVAILABLE COURSES</b></p>
---	--	---

- [Women Who Code \(États-Unis\)](#) : Organisation à but non lucratif offrant des groupes d'étude, du mentorat, des événements de networking et des ressources pour accompagner les femmes vers les métiers techniques.



### Visibiliser des parcours de reconversion attractifs, progressifs et accompagnés

Les parcours de reconversion réussis sont souvent mis en avant par des plateformes telles que **Tech She Can** (Royaume-Uni), qui publie régulièrement des témoignages inspirants de femmes ayant changé de voie. Ces récits valorisent la progressivité du parcours, l'importance de l'accompagnement (mentorat, coaching) et la possibilité de réussir même sans formation initiale scientifique. Aux États-Unis, **Women Who Code** propose un système de mentorat structuré où les femmes en reconversion bénéficient du soutien de professionnelles expérimentées, ce qui favorise la confiance en soi et l'insertion durable.

- [Tech She Can \(Royaume-Uni\)](#) : Organisation caritative visant à changer la représentation des femmes dans l'numérique, notamment par des ressources éducatives gratuites et des interventions dans les écoles



### Outiller et sensibiliser les recruteurs à la valeur des parcours atypiques

Aux États-Unis et au Royaume-Uni, de nombreuses entreprises partenaires d'associations féminines s'engagent à revoir leurs processus de recrutement. Elles participent à des ateliers de sensibilisation à la diversité des profils, organisés par des structures comme **Tech Ladies** ou **Code First Girls**. Ces ateliers mettent l'accent sur la reconnaissance des compétences acquises en dehors des parcours traditionnels, l'évaluation par des mises en situation concrètes plutôt que par le seul CV, et la lutte contre les biais inconscients. En Allemagne, certaines entreprises du numérique ont mis en place des "**blind recruitments**" (recrutement sans CV) pour favoriser l'égalité des chances.

- [Tech Ladies](#) : Tech Ladies fournit aux entreprises des conseils sur les meilleures pratiques pour favoriser un environnement de travail plus inclusif et diversifié. Cela inclut des recommandations sur le recrutement, la rétention et le soutien des talents féminins dans le secteur du numérique.

## FOR ENTERPRISE

For enterprise companies, Tech Ladies is your gateway to the most powerful network of women in tech. Whether you're hiring, elevating your employer brand, or looking to connect with decision-makers, partnering with us means aligning your company with the future of technology.

- **Reach women shaping the tech industry:** Connect with experienced professionals across engineering, product, design, and leadership roles who are actively driving innovation.
- **Diverse hiring at scale:** Find experienced professionals across a range of technical roles, from software engineers to product managers, and in specialized roles.
- **Amplify your brand presence:** Position your company as a leader in the industry through co-branded events, sponsored content, our job board and other opportunities across our channels.
- **Customizable partnership options:** From hiring to thought leadership, our packages are tailored to meet your goals and reach a highly engaged, values-driven audience.

Sign Up



### Promouvoir activement des rôles modèles féminins

La présence de rôles modèles féminins est un levier important de motivation et d'identification pour les femmes en reconversion. Des campagnes telles que **#SheTransformsIT** en Allemagne ou **Women in Tech** à l'échelle européenne mettent en avant des femmes leaders et entrepreneures du numérique à travers des portraits, des conférences et des webinaires. Ces initiatives contribuent à déconstruire les stéréotypes de genre et à montrer la diversité des parcours possibles, tout en renforçant le sentiment d'appartenance à une communauté.

- [#SheTransformsIT](#) : #SheTransformsIT soutient et relaie plusieurs initiatives visant à accroître la participation des femmes dans la transformation numérique. Voici quelques-unes des principales initiatives qu'elle soutient

## Digitalisierung braucht mehr Frauen

Über uns

#FrauWirktDigital

**Initiativenlandkarte**

In Deutschland gibt es bereits zahlreiche inspirierende Initiativen, die Mädchen und Frauen in der Digitalisierung fördern – und genau diese wollen wir mit unserer Initiativenlandkarte sichtbar machen.

[Initiative anmelden](#)

Werde #SheTransformsIT Sponsor



## Créer un environnement de travail inclusif et sécurisant

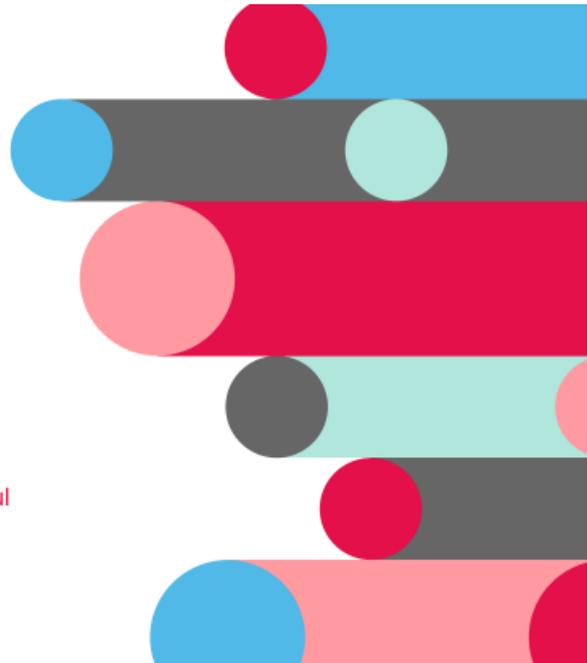
Enfin, la pérennité des reconversions dépend fortement de la capacité des entreprises à offrir un environnement de travail inclusif. Au Royaume-Uni, certaines entreprises partenaires de **Tech Talent Charter** s'engagent sur des chartes d'inclusion concrètes : horaires flexibles, possibilité de télétravail, dispositifs d'écoute et de signalement, formation des managers à la prévention des discriminations. Aux États-Unis, la mise en place de réseaux internes de soutien (**Employee Resource Groups**) pour les femmes dans le numérique a montré des résultats positifs sur la rétention et l'épanouissement professionnel.

- [Tech Talent Charter](#) : Elle a joué un rôle clé en fournissant des ressources, des données et des pratiques exemplaires aux entreprises pour améliorer la représentation des femmes et des groupes sous-représentés dans le numérique.



# Retraining Success Path

An easy-to-use guide to help you deliver a successful retraining programme



### 5.3. RECONVERSION ET MIXITÉ : PRATIQUES INSPIRANTES D'AUTRES SECTEURS HISTORIQUEMENT MASCULINS

La problématique de la faible représentation des femmes dans le secteur du numérique n'est pas isolée. D'autres secteurs confrontés à des déséquilibres similaires ont mis en œuvre des politiques ambitieuses pour favoriser la mixité et accompagner l'entrée de femmes dans des environnements historiquement masculins. Ces initiatives constituent des sources d'inspiration pour la branche du numérique, tant dans la logique d'attractivité que d'inclusion.



#### Rendre le numérique plus lisible et accessible

- [S'engager.fr](https://www.s-engager.fr) : un site dédié à la connaissance des métiers et la vie professionnelle dans l'Armée. Ce site internet vise à attirer des candidats qualifiés et diversifiés et déconstruire une perception négative du secteur. Le site comprend de nombreuses rubriques :
  - Une présentation de l'armée et notamment de ses missions, les valeurs, les risques
  - Les différentes situations pour devenir soldat
  - Les centres de formation
  - La vie quotidienne d'un soldat
  - Le financement des études et les types de contrats associés
  - La possibilité d'échanger en amont avec un soldat

## 117 SPECIALITES DANS 16 DOMAINES D'ACTIVITÉ

EMPLOIS

LOGISTIQUE & TRANSPORT (17)



Logistique & Transport  
AVEC OU SANS BAC

OPÉRATEUR DE LA  
LIVRAISON PAR AIR



Logistique & Transport  
À PARTIR DU BAC

CHEF DE GROUPE SOUTIEN  
PÉTROLIER



Logistique & Transport  
À PARTIR DU BAC

CHEF DE GROUPE  
APPROVISIONNEUR



Logistique & Transport  
À PARTIR DU BAC

CHEF DE PATROUILLE



Log  
Tra  
À P

CH  
PA

VOIR LES 17 EMPLOIS →

- [Avec l'industrie](#) : Le site Trouver sa voie, initié par l'UIMM dans le cadre de la campagne « Avec l'Industrie », constitue une ressource précieuse pour rendre le secteur industriel plus visible. Cette plateforme propose une exploration claire et structurée des métiers industriels, en mettant l'accent sur la diversité des profils et des parcours.
  - Des témoignages vidéo de professionnels, tels que des soudeurs nucléaires ou des directeurs de production, illustrent la diversité des trajectoires possibles.
  - Une rubrique dédiée guide les personnes en reconversion professionnelle, avec des informations sur les formations, les opportunités d'alternance et les dispositifs d'accompagnement.

The screenshot displays the 'Avec l'Industrie' website interface. At the top, the logo 'AVEC L'INDUSTRIE' is visible alongside navigation links: 'Découvrir l'industrie', 'Explorer par profil', 'Équipements & Salons', 'Qui sommes-nous?', and 'Actualités'. The main banner features the text 'ON A UN AVENIR À FABRIQUER' with a subtext: 'Une initiative des acteurs industriels en France pour promouvoir la formation et les carrières de demain'. To the right, a video player shows a scene with the text 'L'INDUSTRIE EN FRANCE' and 'On a un avenir à fabriquer'. Below the banner, three navigation cards are shown: 'Jeunes - Trouver sa voie', 'Reconversion - Changer de cap', and 'Prescripteurs - Guider vers l'Avenir'. The 'Reconversion' card is highlighted with a red paperclip icon. Below these cards, a section titled 'Changer de Cap : Récits de Reconversion' contains two video thumbnails. The first video, 'C'est tout ce qu'il vous fallait?', features Alexandre Kostinger, a former retail manager who has transitioned to a maritime maintenance technician. The second video, 'De l'Ovale à l'Usine', features Lionel Hallet, a former rugby player who has become a business leader at Insozobako.



## Outiller et sensibiliser les recruteurs à la valeur des parcours atypiques

- [#Tuastaplace](#) (UIMM) : Programme d'accompagnement à la reconversion féminine dans l'industrie, incluant la sensibilisation des employeurs à la diversité des parcours.



Publié le 14 avril 2025

« Une équipe mixte, c'est une équipe fonctionnelle »

EMPLOI ARTICLE

Élise Hauters dirige aujourd'hui [CPM Industries](#) ainsi que deux start-ups, La Belle Tech et MEPI,...

LIRE LA SUITE

## 5.4. DES ACTIONS À PENSER



AXE 1 - Se projeter et oser le numérique

**Objectif** : informer, orienter, inspirer et accompagner les femmes dans leur parcours de reconversion vers les métiers du numérique.



AXE 2 - Faire évoluer les pratiques

**Objectif** : Sensibiliser, outiller et engager les employeurs du numérique pour accueillir des profils féminins et atypiques.



AXE 2 - Créer un environnement

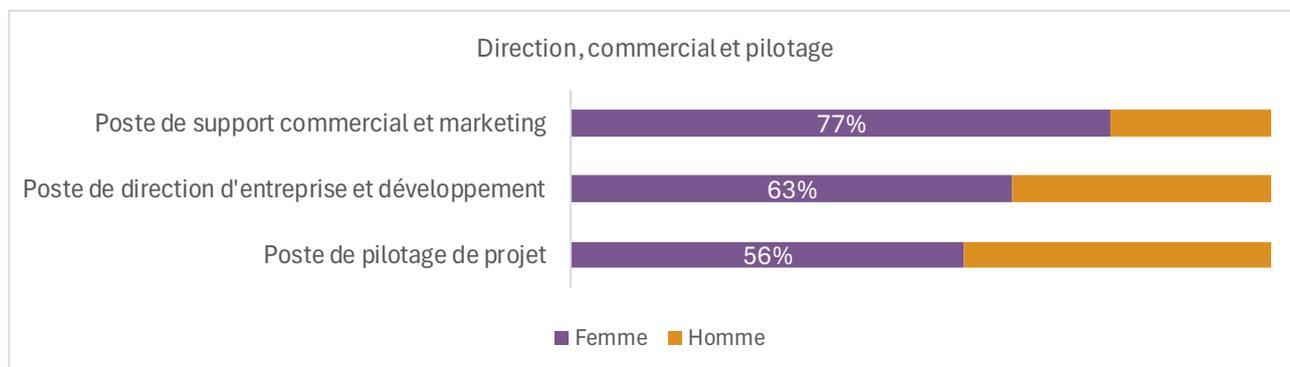
**Objectif** : valoriser les initiatives et déconstruire les stéréotypes à l'échelle du secteur.

## ANNEXES

- Complément statistique sur la place des femmes dans les différentes familles de métier du secteur du numérique
- Complément statistique sur la place des profils issus d'une reconversion dans les différentes familles de métier du secteur du numérique
- Complément statistique sur la place des femmes issues d'une reconversion dans les différents métiers du secteur du numérique
- Bibliographie des ressources mobilisables

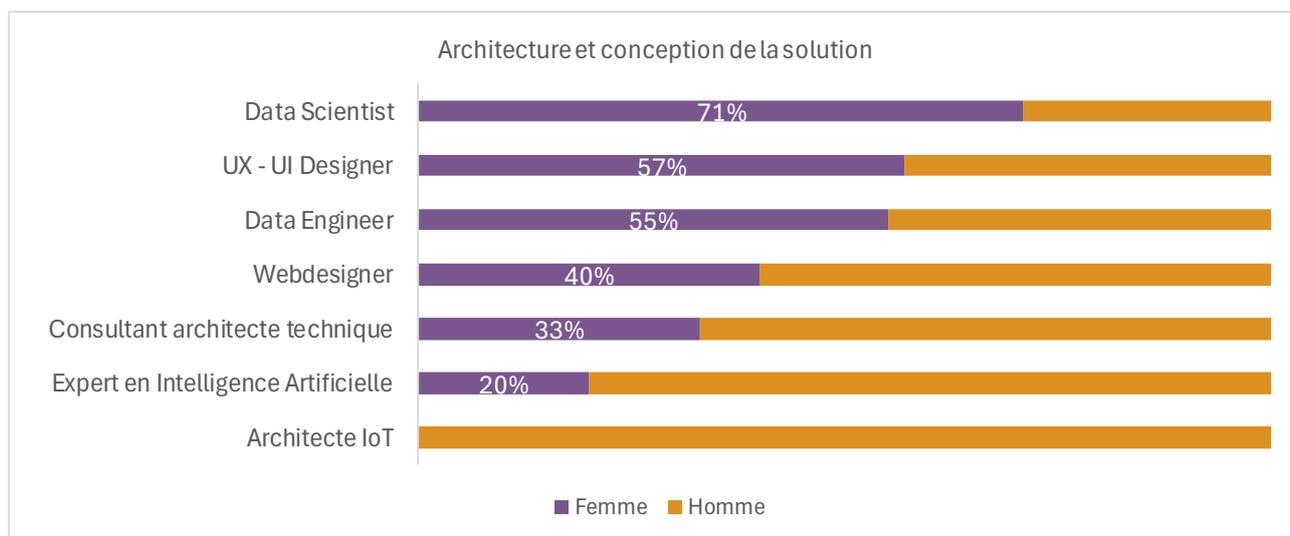
## COMPLÉMENT STATISTIQUE SUR LA PLACE DES FEMMES DANS LES DIFFÉRENTES FAMILLES DE MÉTIER DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE

Graphique 13 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Direction, commercial et pilotage



Note de lecture : 77% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de support commercial et marketing ont été pourvus par une femme.

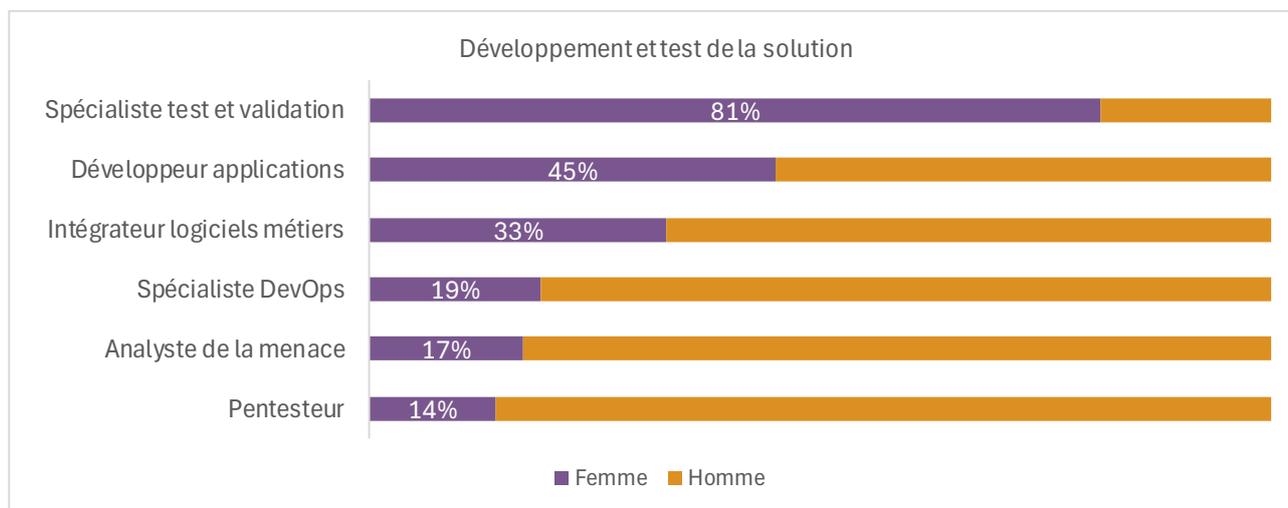
Graphique 14 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Architecture et conception de la solution



Note de lecture : 71% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de Data Scientist ont été pourvus par une femme.

Les métiers combinant analyse, communication visuelle ou ergonomie présentent un taux de féminisation plus important lors des recrutements. En revanche, les postes d'architecture, d'expertise IA ou d'infrastructure logicielle restent fortement masculins, en raison de leur technicité.

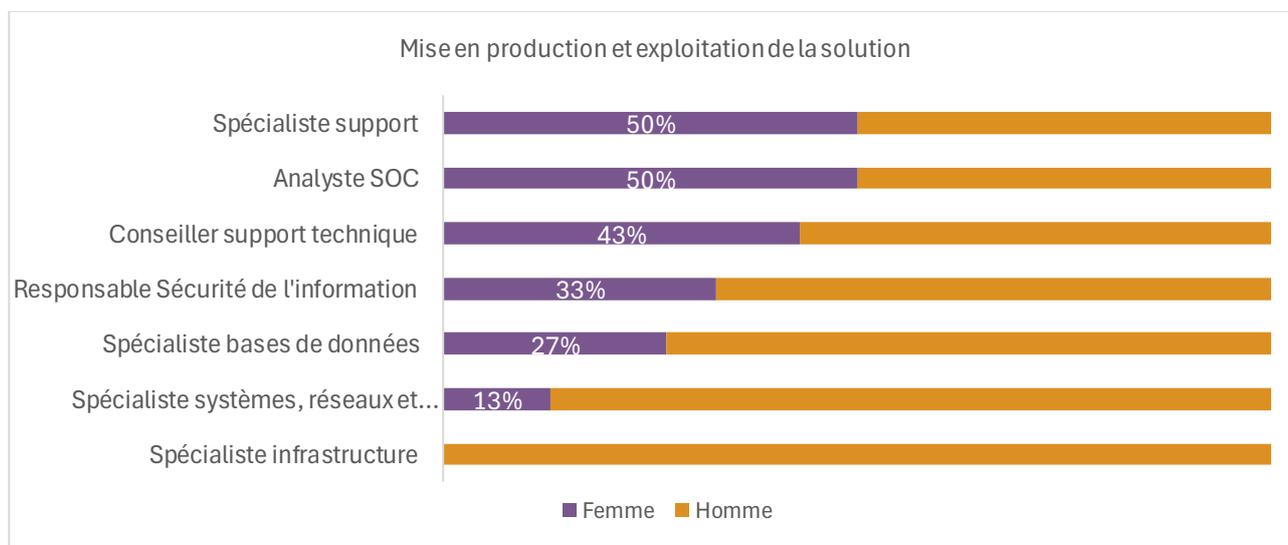
**Graphique 15 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Développement et test de la solution**



*Note de lecture : 81% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de Spécialiste test et validation ont été pourvus par une femme.*

Une proportion importante de femmes est observée au sein des recrutements de spécialistes test et validation. Cela peut s'expliquer par les compétences nécessaires à ce métier (rigueur, méthode et précision).

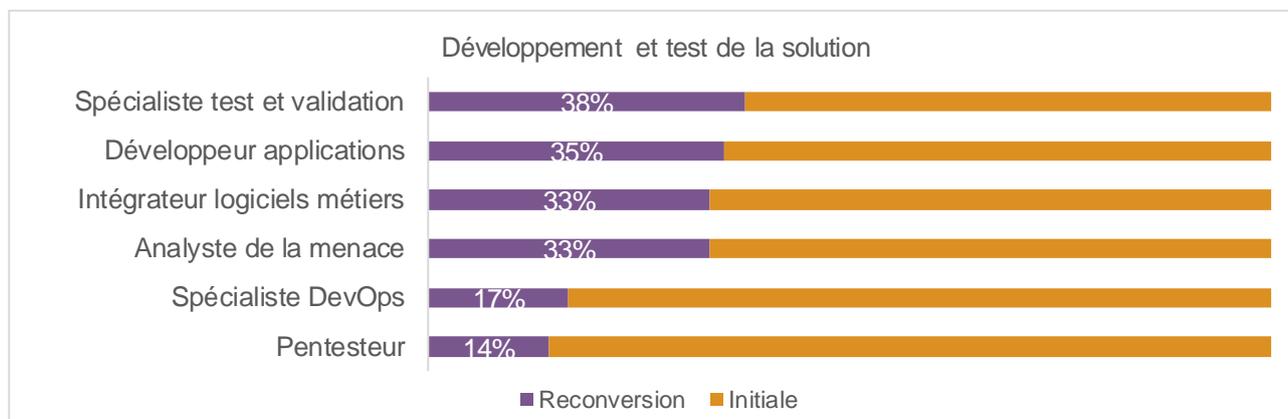
**Graphique 16 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Mise en production et exploitation de la solution**



*Note de lecture : 50% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de Spécialiste support ont été pourvus par une femme.*

## COMPLÉMENT STATISTIQUE SUR LA PLACE DES PROFILS ISSUS D'UNE RECONVERSION DANS LES DIFFÉRENTES FAMILLES DE MÉTIER DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE

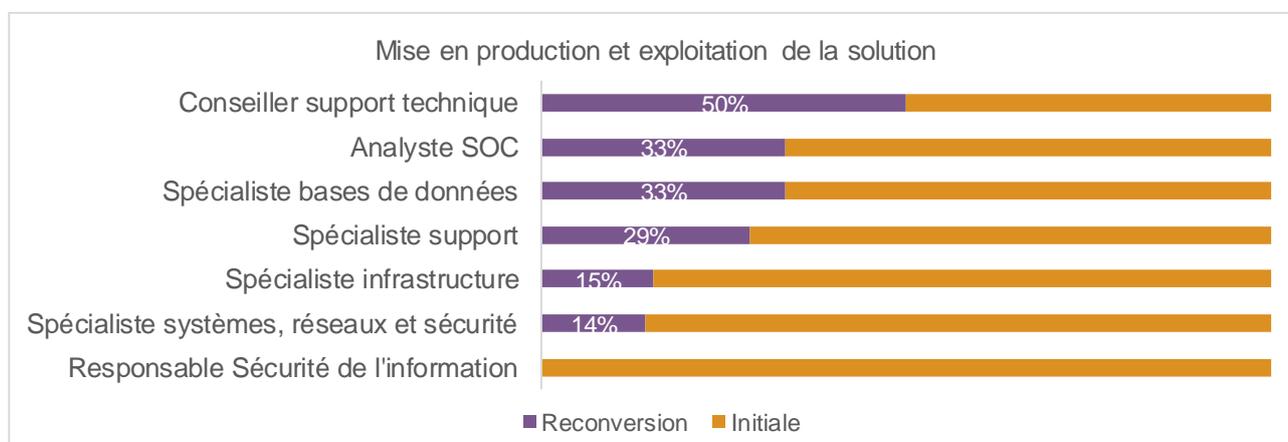
Graphique 17 – Proportion de personnes issues d'une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Développement et test de la solution



Note de lecture : 38% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de Spécialiste test et validation ont été pourvus par une personne issue d'un parcours de reconversion professionnelle.

Les métiers du test et de l'intégration fonctionnelle apparaissent comme les plus accessibles aux profils en reconversion. Les métiers très techniques (DevOps, Pentest) demeurent peu ouverts à ces profils sans un accompagnement renforcé (formation initiale approfondie + tutorat).

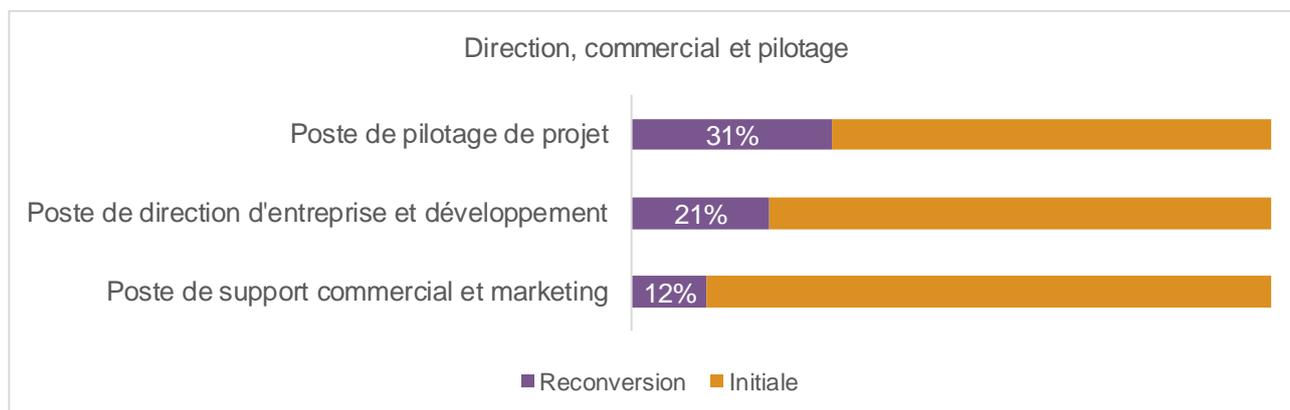
Graphique 18 – Proportion de personnes issues d'une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Mise en production et exploitation de la solution



Note de lecture : 50% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de Conseiller support technique ont été pourvus par une personne issue d'un parcours de reconversion professionnelle.

Le support technique offre un tremplin pertinent pour les profils en reconversion. Les métiers liés à l'infrastructure ou à la sécurité sont peu investis par ces profils, en raison de leur technicité.

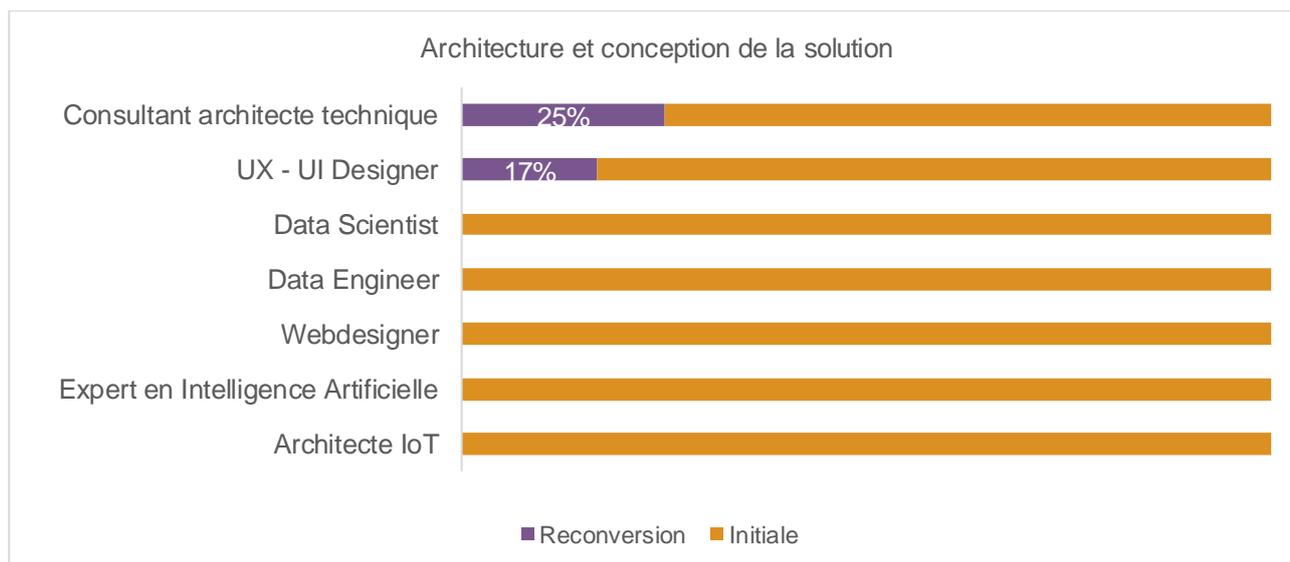
**Graphique 19 – Proportion de personnes issues d’une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Direction, commercial et pilotage**



*Note de lecture : 31% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l’enquête pour un poste de Pilotage de projet ont été pourvus par une personne issue d’un parcours de reconversion professionnelle.*

Les postes de pilotage, gestion de projet, et product management se prêtent bien à la reconversion, car ils s’appuient sur des compétences transférables.

**Graphique 20 – Proportion de personnes issues d’une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Architecture et conception de la solution**



*Note de lecture : 25% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l’enquête pour un poste de Consultant architecte technique ont été pourvus par une personne issue d’un parcours de reconversion professionnelle.*

Cette famille reste fermée aux reconvertis en raison des attentes très élevées des clients en matière d’expertise technique.

## COMPLÉMENT STATISTIQUE SUR LA PLACE DES FEMMES ISSUES D'UNE RECONVERSION DANS LES DIFFÉRENTS MÉTIERS DU SECTEUR DU NUMÉRIQUE

Graphique 21 – Proportion de femmes issues d'une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans par les entreprises du numérique



Note de lecture : 38% des recrutements réalisés au cours des trois dernières années au sein des entreprises du numérique répondantes à l'enquête pour un poste de Spécialiste test et validation ont été pourvus par une femme issue d'un parcours de reconversion professionnelle.

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

### Table des graphiques

Graphique 1 – Familles de termes récurrents dans les sites de promotion du secteur du numérique et de ses métiers _____	18
Graphique 2 – Valeurs et engagements mis en avant par les entreprises du secteur du numérique _____	19
Graphique 3 – Actions mises en œuvre par les entreprises pour attirer davantage de femmes __	27
Graphique 4 – Principaux canaux de recrutement utilisés par les entreprises _____	30
Graphique 5 – Les critères de recrutement priorisés par les entreprises du numérique _____	33
Graphique 6 – Les profils recrutés par les entreprises du numérique au cours des trois dernières années _____	35
Graphique 7 – Familles métiers sur lesquelles les entreprises du numérique ont recruté au cours des trois dernières années _____	36
Graphique 8 – Niveau de connaissance des dispositifs existants d’accompagnement au projet de reconversion professionnelle par les entreprises _____	37
Graphique 9 – Jugement des entreprises du numérique sur l’adéquation des postes à des femmes _____	38
Graphique 10 – Jugement des entreprises du numérique sur l’adéquation des postes à des profils en reconversion _____	41
Graphique 11 – Atouts des profils en reconversion mis en avant par les entreprises du numérique _____	42
Graphique 12 – freins perçus au recrutement de profils en reconversion mis en avant par les entreprises du numérique _____	43
Graphique 13 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Direction, commercial et pilotage _____	82
Graphique 14 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Architecture et conception de la solution _____	82
Graphique 15 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Développement et test de la solution _____	83
Graphique 16 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés dans la famille métier Mise en production et exploitation de la solution _____	83
Graphique 17 – Proportion de personnes issues d’une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Développement et test de la solution _____	84
Graphique 18 – Proportion de personnes issues d’une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Mise en production et exploitation de la solution ____	84
Graphique 19 – Proportion de personnes issues d’une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Direction, commercial et pilotage _____	85
Graphique 20 – Proportion de personnes issues d’une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans la famille métier Architecture et conception de la solution _____	85

Graphique 21 – Proportion de femmes issues d'une reconversion professionnelle dans les recrutements réalisés dans par les entreprises du numérique \_\_\_\_\_ 86

#### Table des tableaux

Tableau 1 – Proportion de femmes dans les recrutements réalisés au sein des différentes familles métiers \_\_\_\_\_ 39

Tableau 2 – Proportion de personnes en reconversion parmi les recrutements réalisés au sein des différentes familles métiers \_\_\_\_\_ 44

## BIBLIOGRAPHIE DES RESSOURCES MOBILISÉES

- Alliancy. (2023). Les femmes en reconversion, un vivier de talents cachés pour la filière du numérique.
- Ada Tech School. (2024). Reconversion dans la tech. : comment identifier et valoriser vos compétences transférables.
- Apec. (2024). Baromètre des pratiques de recrutement 2024.
- Boston Consulting Group (BCG). (2022). Startups françaises : les équipes mixtes grandes gagnantes des levées de fonds.
- BFM Business. (2023). Comment attirer plus de femmes vers les métiers du numérique
- Commission européenne. (2013). Stratégie numérique : accroître la présence des femmes... [Communiqué de presse]. Commission européenne.
- Dares. (2020). L'accès des salariés à la formation professionnelle continue : où sont les inégalités entre les femmes et les hommes ?
- Dares. (2020). La formation professionnelle continue : une autre facette des inégalités femmes-hommes ?
- Elles Bougent. (2024). Carrières en sciences : l'orientation est-elle toujours genrée en 2024 ?
- France Travail. (2024). Femmes dans la tech. : découvrez les associations qui façonnent l'avenir de l'industrie.
- Free-Work. (2023). Les initiatives pour développer le parcours des femmes dans la Tech.
- Gender Scan. (2024). Étudiants ingénieur [Communiqué de presse].
- Grande École du Numérique (GEN). (n.d.). Les chiffres clés sur les femmes et la tech. GEN.
- IFOP. (2022). La reconversion professionnelle des femmes.
- Institut G9+. (2020). Compte-rendu Webinaire – Les métiers numériques : où sont les femmes ? Quelles actions ?
- Ipsos. (2021). Observatoire sur la féminisation des métiers du numérique [Dossier de presse]. Ipsos.
- Inria. (2020). Éducation et numérique : défis et enjeux [Livre blanc].
- Inria. (2021). Les femmes et les métiers du numérique : défis et perspectives.
- Inria. (2023). Féminiser le numérique : un défi collectif.
- La French Tech. (2023). Le Pacte Parité.
- McKinsey & Company. (2022). Repairing the broken rung on the career ladder for women in technical roles.
- Novapec. (2023). Féminisons les métiers d'avenir (FEMA).

- Numeum & Social Builder. (2023). Baromètre de la reconversion des femmes dans les métiers du numérique.
- Observatoire des Transitions Professionnelles (OTP). (2023). Enquête nationale sur le devenir des salariés en reconversion [Synthèse nationale].
- OPIIEC. (2023). L'attractivité des métiers du numérique et de l'ingénierie pour les femmes en France.
- Social Builder. (2017). Sexisme dans les formations tech. et numériques : vrai ou faux ?
- Social Builder. (2020, mars). Les compétences des leader.euse.s à l'ère du numérique.
- Talents du Numérique. (2020, 7 octobre). Numérique, formations, et métiers : le regard des parents.



**OPIIEC**

**CONTACT :**

DIALLO Boubacar  
Chef de projets Prospective  
OPIIEC  
25, quai Panhard et Levassor  
75013 PARIS  
opiiec@opiiec.fr

**RÉALISATION :**

PARADOXES CONSEIL  
137 Rue de l'Université  
75007 Paris  
<https://paradoxes-conseil.fr/>



ÉTUDE RÉALISÉE AVEC LE SOUTIEN DE L'OPCO ATLAS