

Que dit l'économie cette semaine ?

Challenge^s

www.challenges.fr

A portrait of Jean-Paul Cluzel, a middle-aged man with a beard and balding head, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie. He is looking directly at the camera with a slight smile.

« Qui se ressemble
s'assemble, les X
ou les francs-maçons
comme les homos »

JEAN-PAUL CLUZEL,
PRÉSIDENT
DE LA RMN-GRAND PALAIS

LES NOUVEAUX RÉSEAUX p. 48

Gays • Femmes • Diversité • Alumni des grandes écoles...

Le retour du Grand Orient

QUESTIONS SUR LE FINANCEMENT DES PARTIS POLITIQUES p. 16

LES RÉSEAUX BUSINESS

Femmes-club

Les réseaux féminins se portent bien. La preuve, ils se multiplient. Et se muent en centres d'expertise. Au menu : training, coaching et mentoring. Car le chemin est encore long pour briser le plafond de verre.

Une ambiance inhabituelle règne au Medef, ce lundi 19 mai : dans le saint des saints patronal, on ne croise ce jour-là... que des femmes ! La principale organisation d'employeurs, qui ne compte que 7,6% de femmes à son comité exécutif, accueille le Printemps du Networking, « un événement où plus de 100 réseaux féminins sont représentés », explique l'une des deux cofondatrices, Emmanuelle Gagliardi. « L'égalité professionnelle, c'est une question de compétitivité », affirme avec conviction le président du Medef, Pierre Gattaz, dans une vidéo préenregistrée, car il n'a pas pu se rendre disponible.

Accélérateurs de carrières féminines, outils de féminisation des lieux de pouvoir, forces de proposition exprimant une vision féminine de l'entreprise et/ou de la société, les réseaux de femmes prospèrent en France. Et comme ils sont encore très loin d'avoir atteint leur objectif, ils ne cessent de s'étendre pour toucher leurs cibles et permettre aux femmes de s'affirmer, notamment les jeunes. Allant jusqu'à organiser formation, coaching, mentoring, ou à prodiguer des services spécifiques.

Adhérer, c'est se former

« Les réseaux permettent aux femmes d'oser », estime Sylvie Bernard-Curie, associée et DRH de KPMG France, dont c'est l'un des combats. D'ailleurs, qu'il s'agisse de réseaux émanant de grandes écoles (HEC au féminin, Mademoiselle fait Centrale), d'une seule entreprise (IBM, GDF Suez, Caisse des dépôts...) ou de plusieurs (Inter'Elles, Financi'Elles), qu'ils soient secto-

riels (Administration moderne, Les Elles de l'auto) ou transversaux (Business and Professional Women, Femmes chefs d'entreprise), qu'ils mettent l'accent sur la politique (Femmes & Pouvoir) ou sur la solidarité (Force Femmes), la plupart accordent une grande place à la formation de leurs adhérentes.

« Au départ, ces réseaux ont été créés pour briser le plafond de verre », rappelle Emmanuelle Gagliardi, qui les a répertoriés, avec son associée Carole Michelin, dans *Réseaux au féminin*, guide publié depuis 2007 par Eyrolles et dont la prochaine édition est programmée pour décembre 2014. De l'entraînement à la prise de parole ou aux usages dans les conseils d'administration, en passant par le mentoring (suivi personnel d'une carrière par un manager haut placé) et l'intervention de *role models* (femmes dont la carrière peut inspirer les plus

Aude de Thuin.
La fondatrice du Women's Forum veut renouveler le style des manifestations organisées pour les femmes.



Emmanuelle Gagliardi et Carole Michelin.
Cofondatrices du Printemps du Networking, les deux associées publient aussi le guide *Réseaux au féminin*.

jeunes), nombreux sont les outils qui permettent aux adhérentes d'acquiescer les codes qui leur manquent. « Les femmes elles-mêmes ont un souci de compréhension en profondeur, remarque Renaud Redien-Collet, professeur à Novancia et coauteur d'une étude sur les femmes chefs d'entreprise et les réseaux. Elles recherchent avant tout une meilleure connaissance de leur secteur ou une mise en perspective des marchés internationaux. »

Les inégalités ont la vie dure

Cela ne plaît pas forcément à tout le monde, comme le montrent certaines réactions hostiles ou moqueuses. « En créant un réseau de femmes au sein de l'entreprise, nous avons un peu peur de mal nous faire voir », avoue Virginie Abadie-Dalle, directrice de la communication de SNCF et cofondatrice du réseau qui compte aujourd'hui... 3 000 adhérentes ! « En échange des moyens que nous donne l'entreprise pour nous former, nous planchons sur des sujets



Véronique Morali.
Dirigeante de Fimalac, elle préside Terrafemina et le Women's Forum, qui fêtera ses 10 ans en octobre.



qui peuvent être intéressants pour elle, et nous avons constitué des groupes d'expertise », explique-t-elle. Le groupe qui a travaillé sur l'absentéisme a permis... de faire baisser ce phénomène de 27%, grâce à la mise en place d'un système de « nounous d'urgence » déployé dans toute la France!

« Il faut que les réseaux deviennent de véritables centres d'expertise, avec de vraies propositions opérationnelles », estime Véronique Morali, présidente de Terrafemina et du Women's Forum, qui fêtera ses 10 ans en octobre. Elle a également fondé Force Femmes, un réseau qui aide des femmes à retrouver du travail. Pour cette figure du business au féminin, dirigeante du groupe Fimalac et présente dans de prestigieux conseils d'administration, comme celui de Coca-Cola, aux Etats-Unis, « les réseaux ont permis une prise de conscience et une amélioration de certains process, mais il faut reconnaître que, concernant la progression des femmes dans l'entreprise, on n'y est pas encore ». Une étude commandée par HEC au féminin à l'occasion des 40 ans de

l'ouverture aux filles du campus de Jouy-en-Josas, illustre ces inégalités au sein d'une population ayant reçu la même formation : seules 30% des femmes diplômées de HEC accèdent à un poste de dirigeant, à comparer à 46% des hommes : 9% d'entre elles obtiennent un siège d'administrateur, contre 17% des hommes diplômés; et elles gagnent généralement moins de 120 000 euros par an, tandis que la majorité de leurs collègues de promotion masculins franchit allègrement cette barre. Des chiffres qui traduisent une évolution désespérément lente, alors même que la jeune génération croit que les inégalités ont été surmontées.

Génération Web

« Avant 30 ans, les jeunes femmes d'aujourd'hui n'ont pas conscience du plafond de verre et elles ne sont pas dans les réseaux », constate Aude de Thuin, qui, après avoir fondé, puis revendu, le Women's Forum, travaille à un nouveau style de manifestations en partenariat avec Marie-Laure Sauty de Chalon, PDG d'Aufeminin.com. Après trois édi-

INVESTISSEURS AU FÉMININ

Femmes Business Angels (FBA) est le seul réseau féminin en France à regrouper des investisseuses qui se consacrent aux start-up, et le premier en Europe. « Nous étudions 300 dossiers par an », indique **Agnès Fourcade**, sa présidente. Sur ce total, une cinquantaine seront étudiés lors de réunions mensuelles, et une douzaine de projets aboutiront. « Je prends des risques que je n'ai jamais pris en tant que banquière », s'amuse cette ancienne du Crédit lyonnais, animatrice – bénévole – de ce réseau très exclusif qui compte 80 adhérentes. « Des femmes plutôt jeunes et actives, qui sont dans le business », souligne **Catherine Abonnenc**, la secrétaire générale. La condition est d'investir au minimum 20 000 euros tous les deux ans. » Et plus si affinités! Contrairement à d'autres d'investisseurs, FBA – 600 000 euros investis en 2013 – n'a pas créé de fonds : « Le plaisir est d'avoir une relation personnelle avec des entrepreneurs, dit Agnès Fourcade. Mais en amont, nous réalisons un travail collectif, c'est tout l'intérêt d'un réseau. » Business plan, pacte d'actionnaires, décryptage d'un brevet... Chacune peut progresser grâce à des interventions d'experts sur ces sujets. Mais la règle est claire : les start-up dans lesquelles elles investissent peuvent être créées par des femmes ou par des hommes. Pas de discrimination. ■

Marie-Laure Sauty de Chalon. La PDG d'Aufeminin.com va lancer, en novembre, Happy Happening, un forum destiné aux 25-35 ans, en partenariat avec Aude de Thuin.

tions de Rencontres aufeminin.com en 2013, elle va lancer, en novembre, Happy Happening, un forum de trois jours destiné aux 25-35 ans, dont une journée de formation continue sur des thèmes du style « grimper dans la hiérarchie », « demander une augmentation de salaire » ou « aborder une négociation ». Un site Web permettra à cette génération bibeironnée aux réseaux sociaux de rester connectée après l'événement. L'entrée coûtera à peine plus qu'une séance de cinéma, et sera « gratuite pour les garçons », rigolent les deux partenaires.

« Beaucoup de réseaux restent très élitistes, estime Marie-Laure Sauty de Chalon. La question est de savoir ce qu'on fait pour les autres femmes. Nous avons voulu reprendre le sujet à la base. » Pour Aude de Thuin, qui se voit comme « un éclairateur », « il s'agit de donner confiance à cette génération ». Cette fois, ce ne sont plus des centaines de femmes qui sont attendues, mais des milliers – peut-être même jusqu'à 10 000. Un vrai changement d'échelle pour le réseautage.

Anne-Marie Rocco ▶

