

Le news de l'économie

Challenges

www.challenges.fr

START -UP

*Nos 50 futures
licornes* p.62



*Rania Belkahia,
PDG d'Afrimarket,
L'«Amazon
africain»*



Francs-maçons ENA • LGBT...

LES RÉSEAUX DE POUVOIR aujourd'hui

 p.40

M 05726 - 598 - F: 4,20 €





Women's Forum/SP

Lors du Women's Forum, au Carrousel du Louvre, à Paris, le 16 novembre 2018. Près de quinze ans après sa création, l'événement s'est transformé et a inspiré de nombreux réseaux féminins.

Elles essaient sans limite

Certaines travaillent dans des grands groupes comme Burberry, Chanel, Christian Dior Couture, Swarovski ou L'Oréal. D'autres sont écrivaines, consultants ou créatrices de start-up. Ce lundi 31 janvier, une trentaine de professionnelles du luxe se retrouvent dans un salon d'Oddo BHF à l'invitation de The Ladies Bank, le réseau « femmes » de la banque franco-allemande, pour participer au lancement d'un cercle Lean In Luxury. Lean In ? Une organisation à but non lucratif lancée en 2010 par Sheryl Sandberg, la numéro 2 de Facebook, pour encourager les femmes à se regrouper en réseaux afin d'« apprendre et progresser ensemble ». Le succès a été immé-

diat, et aujourd'hui 2 millions de femmes participent à 40 000 cercles dans 170 pays du monde. En France, l'avocate Insaaf El-Hassini a donné le coup d'envoi en 2014 et 136 cercles – réunissant un millier de femmes – ont vu le jour.

Solidarité et pouvoir

« C'est une organisation efficace, qui est aussi très libre », analyse Bettina Fröhlich, à l'origine de l'initiative du jour. Cette Allemande installée en France, qui a déjà créé d'autres réseaux d'affaires dans le secteur du luxe, a décidé de se lancer après avoir suivi l'été dernier un « atelier d'initiation » proposé par Lean In France. Les objectifs ? Le site Web de l'organisation, qui fournit aussi des outils

pour animer les cercles, en propose un certain nombre. Par exemple « se soutenir », « prendre la parole en tant que femmes », « développer de nouvelles compétences », « apprendre à négocier » ou encore « gagner en confiance ».

Lors de la soirée du 31 janvier, chacune des participantes explique à sa façon ce qu'elle attend du réseau. « Souvent, j'ai l'impression qu'on ne me fait pas confiance, j'ai besoin de sentir que c'est aussi une force d'être une femme », explique une jeune lobbyiste. « Je cherche comment donner du sens à nos métiers dans le luxe », indique une spécialiste de la communication digitale. « Il faut que nous soyons solidaires », « j'ai besoin de comprendre les nouvelles pratiques de l'entre-

prise », « nous pourrions partager quelques-unes de nos difficultés », suggèrent d'autres participantes. « Peut-on incarner le pouvoir sans se transformer en hommes ? », s'interroge l'une d'elles, cadre dans un grand groupe.

En 2005, la création du Women's Forum par Aude de Thuin et un groupe de femmes d'affaires avait provoqué l'étonnement, et quelques moqueries. Sous la houlette de Publicis, et la direction de Chiara Corazza, l'événement s'est transformé, mais il vit toujours et s'exporte maintenant au Canada, au Mexique ou à Singapour. Surtout, l'idée de réseau féminin s'est répandue comme une traînée de poudre. Témoignages de « rôle modèles », partage d'expériences ou engagement commun pour une cause telle que la lutte contre le sexisme, tous ont pour objectif ultime de briser le plafond de verre.

Dans et hors des entreprises

Politique, culture, business : leur nombre explose. « C'est une lame de fond dont on ne mesure pas encore l'ampleur », estime Emmanuelle Gagliardi, coauteure de *Réseaux au féminin – guide pratique pour booster sa carrière* (Eyrolles) dont la dernière édition, en juin 2018, en répertoriait 500 dans l'Hexagone. « C'est le double de ce qui existait dix ans plus tôt », souligne-t-elle. Grandes écoles au féminin, Elues locales, StartHer (jeunes entrepreneuses), Femmes Business Angels ou encore le Laboratoire de l'égalité, un réseau d'influence qui pèse dans le débat politique, font désormais partie des institutions bien établies.

Aujourd'hui, les réseaux féminins sont partout et fleurissent aussi à l'intérieur même des entreprises, comme en témoigne Catherine Ladousse (Lenovo). Responsable de la communication pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient du fabricant d'ordinateurs, cette ancienne d'IBM préside et anime le cercle InterElles, un « réseau de réseaux » qui regroupe quatorze réseaux d'entreprises d'ingénieurs (souvent peu féminisées) comme Air liquide, Engie, Orange, GE ou Schlumberger. Fin janvier, elle a publié un *Guide pour créer son*



Patrick Bagein

Patricia Chapelotte et Bruno Le Maire à Bercy, lors de la remise des insignes de chevalier de la Légion d'honneur. La présidente d'Albera Conseil a créé le club Génération Femmes d'influence, qui regroupe des entrepreneuses.

réseau en entreprise. L'attente était forte : « On nous demande souvent comment créer un réseau interne. Nous avons donc décidé de mutualiser nos expériences en créant un kit réseau. »

En se généralisant, les réseaux de femmes deviennent de plus en plus souvent des réseaux « mixité ». Le mot d'ordre est désormais d'associer des hommes à ces initiatives, qui leur ont si fréquemment fait grincer des dents. Ne pas hérisser la gent masculine est maintenant une consigne assez répandue, par souci de convivialité mais aussi d'efficacité. Et cela même si ces réseaux en entreprises sont bel et bien devenus des outils utilisés par les directions des ressources humaines pour identifier les hauts potentiels féminins et « les insérer dans des programmes pour développer leur leadership ». Les réseaux, un luxe pour privilégiées ? « Je ne suis pas pour les réseaux élitistes », tranche Catherine Ladousse, pour qui ils doivent permettre de promouvoir des femmes du bas en haut de l'échelle. Et puis, la solidarité n'est pas un vain mot. Cofondatrice du Women's Forum et présidente de Webedia, Véronique Morali, avec plusieurs autres femmes d'affaires, a créé la même année Force Femmes. Objectif, ai-

Un réseau distingué à Bercy

« J'avais envie de m'engager pour la cause des femmes. » Ce 13 février à Bercy, au septième et dernier étage de l'hôtel des ministres avec vue plongeante sur la Seine, c'est tout un réseau de femmes qui honorait Patricia Chapelotte, présidente d'Albera Conseil, recevant les insignes de chevalier de la Légion d'honneur. Trois ministres pour elle, dont Bruno Le Maire, qui lui a agrafé le ruban, témoignaient de la vitalité et de la solidarité de la réussite au féminin. Yaël Braun-Pivet, présidente de la commission des lois à l'Assemblée, Marie-Claire Capobianco (BNP Paribas) ou encore Angélique Gérard (Iliad-Free) étaient là pour entendre le ministre de l'Économie saluer « l'engagement au service de l'économie ». En créant le club Génération Femmes d'influence, Patricia Chapelotte a regroupé des entrepreneuses souhaitant « cultiver un réseau, faire du business, créer des passerelles ou partager une expérience », avant de lancer en 2014, le prix de la Femme d'influence. De l'administratrice judiciaire Hélène Bourbouloux, star du redressement d'entreprise, à Nathalie Loiseau, aujourd'hui ministre des Affaires européennes, d'anciennes lauréates étaient présentes, mais aussi l'avocate Valérie Lafarge-Sarkozy, l'éditrice Marie-Pic Pâris Allavena (Eyrolles), la bâtonnière de Paris M^e Marie-Aimée Peyron ou la directrice exécutive de Bayard, Sybille Le Maire... sœur du ministre.

der les femmes de plus de 45 ans en recherche d'emploi à se reconnecter plus facilement au monde du travail. Formations, suivi, coaching, l'association compte aujourd'hui 850 bénévoles solidement ancrées dans l'univers professionnel. Elle a accompagné plus de 30 000 femmes, dont 3 000 l'an dernier. « En 2018, 46% de ces femmes ont trouvé un emploi », se félicite Véronique Morali. L'influence et les carnets d'adresses trouvent là toute leur utilité pour faire bénéficier le réseau du soutien de grands groupes comme LinkedIn France, Michael Page ou Coca-Cola France. Une aide qui prend la forme très concrète d'offres d'emploi : Engie vient d'en ouvrir 8 000 à Force Femmes.

Anne-Marie Rocco ►