

# Stratégies

MARKETING - COMMUNICATION - MEDIAS

N° 1759 6/3/2014 - 5,80 €

Lire p.36  
DOSSIER  
SPÉCIAL FEMMES

## LES MARQUES LES PLUS INFLUENTES

En exclusivité, les résultats de la deuxième édition de l'étude Ipsos «Most Influential Brands». Lire p.8

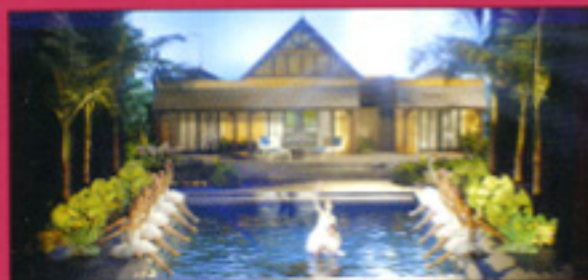
© Denis Allard/REA

publicité

## Le Club Med

Lire p.18

## revient à la télé



médias Lire p.26

## « L'Abribus, futur lieu de vente »

William Eccleshare  
(Clear Channel Outdoor)

© William Ferris



www.strategies.fr

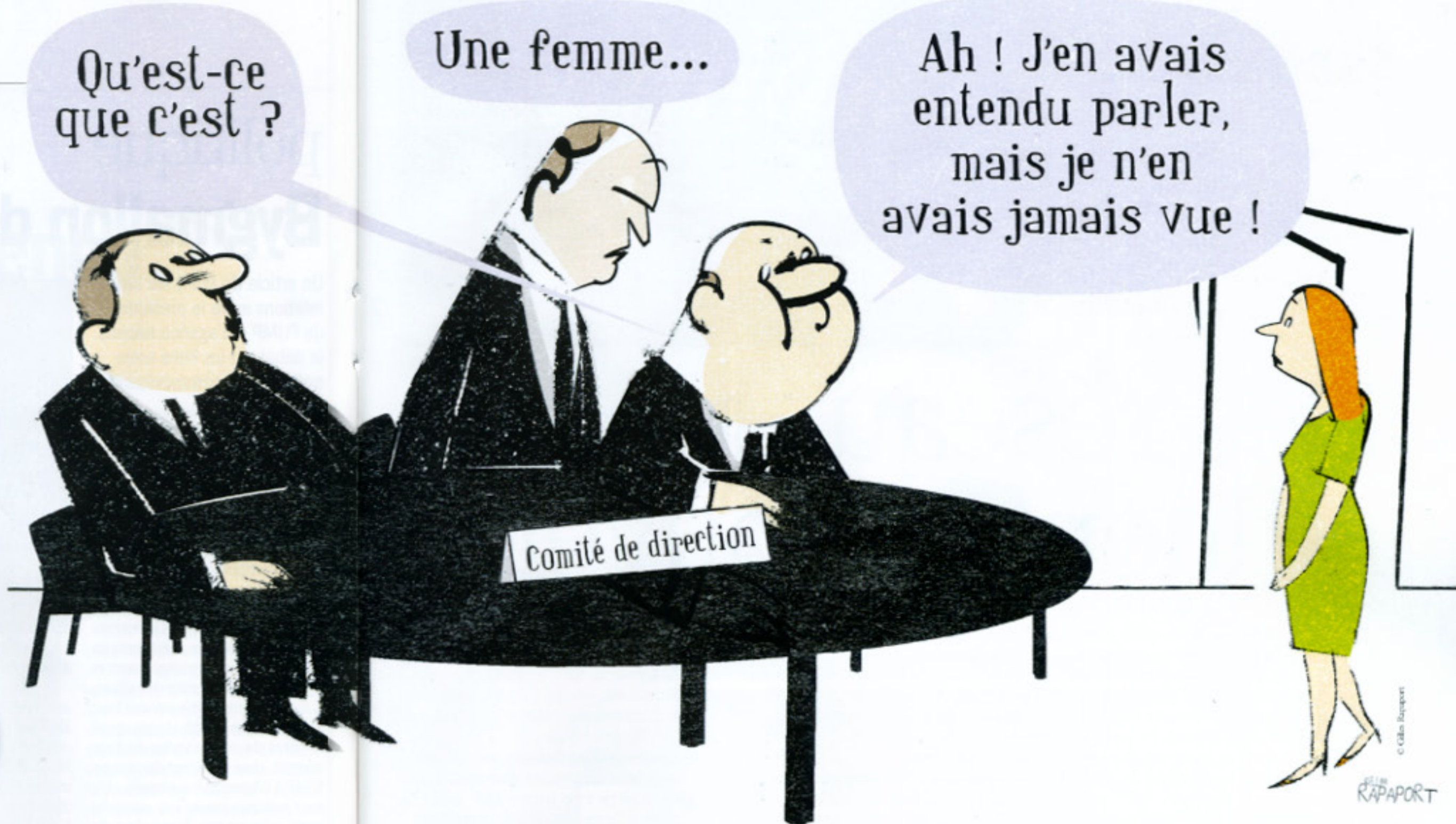
ISSN 0189-6424

M 06323 - 1759 - F: 5,80 €



Si la parité progresse dans le management intermédiaire des entreprises, l'évolution est plus timide pour les comités de direction. Du coup, les femmes se cherchent de nouveaux alliés dans ce combat.

# femmes



## Sommaire

- Des réseaux plus influents et ouverts p.38
- La pub, meilleure amie de la femme? p.40
- Les écrans plus attentifs à la parité p.42
- Digital manager: Véronique Morali p.46

**E**lles ont musclé leur leadership, travaillé leur « personal branding », participé à des programmes de mentorat et intégré des réseaux féminins. Plus d'une décennie d'entraînement pour se préparer aux plus hautes fonctions de l'entreprise, mais les portes des comités de direction résistent encore, malgré un timide entrebâillement, aux femmes managers. « En moyenne, il n'y a aujourd'hui que 10% de femmes dans les comités de direction des entreprises du SBF 120 [les 120 premières sociétés cotées en Bourse], contre 8% les années précédentes », constate Viviane de Beaufort, professeur à l'Essec Business School et fondatrice des programmes Women Essec.

Un frémissement qui n'a donc rien de révolutionnaire et qui fait que ces femmes cadres rongent leur frein. Le 21 février, lors de la présentation du futur colloque du Cercle Interelles, qui se tenait à deux pas du palais Brongniart (ex-Bourse de Paris), autre place forte des hommes, l'agacement était perceptible. L'inté-

tulé de ce colloque, qui se déroulera le 6 mars, est révélateur: « Réussir au féminin, c'est pour aujourd'hui ou pour demain? ». Tout est dit.

Pourtant, la parité dans les entreprises progresse au niveau du management intermédiaire et des conseils d'administration. Il est vrai que la loi Coppié-Zimmerman de janvier 2011 impose des quotas et vise 40% de femmes dans ces instances en 2017. « Nous sommes déjà à 21% au niveau du SBF 120 », souligne Viviane de Beaufort.

« Le monde des médias, très féminisé, n'est pas en avance, constate Marie-Laure Sauty de Chalon, PDG d'Aufeminin. com. Il reste dirigé par des hommes et il n'y a pas eu d'amélioration de la parité depuis vingt ans. De plus, c'est un secteur en restructuration, et le monde des consultants reste très masculin. »

Pas mieux dans les agences de publicité: « Elles ne sont pas plus vertueuses que la moyenne des industries, juge Nathalie Rastoin, directrice générale d'Ogilvy France. L'égalité hommes-femmes dans les agences évolue très lentement en moyenne, même s'il y a de grandes disparités selon les groupes de com-

unication et la culture d'entreprise. » Ce que confirme Hélène Sagné, fondatrice de l'agence Bug (quinze salariés entre Londres et Paris): « La réalité de notre activité, c'est d'avoir affaire à des hommes dans 80% des cas. Ce sont eux qui décident. »

Problème: pour faire évoluer la représentativité au sein des comités de direction, il est impossible, ou presque, de légiférer. Toutefois, dans le nouveau projet pour l'égalité hommes-femmes porté par la ministre des Droits des femmes, Najat Vallaud-Belkacem, et adopté le 28 janvier, une disposition pourrait faire changer les choses. Elle prévoit que seules les entreprises ayant adopté un plan en faveur de cette égalité pourront participer à des appels d'offres publics.

Une façon habile de faire évoluer les mentalités en interpellant directement les PDG: pas de prise en compte de cet aspect, pas d'accès aux marchés publics. D'autant que cela intervient quelques semaines après un autre électrochoc: « En décembre, le ministère des Droits des femmes a rappelé à l'ordre 500 entreprises qui n'avaient pas mis en place de plan d'action en faveur de l'égalité, et sanctionné cinq d'entre-

elles », rappelle Olga Trostiansky, présidente du Laboratoire de l'égalité.

Les réels détenteurs des clés des comités de direction sont les hommes, et les femmes devront s'en faire des alliés pour parvenir à leurs fins. « Cette prise de conscience du fait que la mixité concerne autant les hommes que les femmes a commencé en 2013 et va se poursuivre en 2014 », note Emmanuelle Gagliardi, fondatrice de l'agence Connecting Women, et coauteur du livre *Réseaux au féminin* (Eyrolles, 2013). « D'ores et déjà, la loi de septembre 2013 sur l'égalité hommes-femmes a réformé le congé parental en permettant de le répartir à proportion égale entre les deux sexes », précise-t-elle.

## L'impact des « normes viriles »

Le thème de la parité dans l'entreprise est aussi l'affaire des hommes. D'ailleurs, s'il n'y avait aucun représentant masculin lors de la présentation du colloque du Cercle Interelles, la mixité était quand même sur toutes les lèvres, notamment concernant l'exemple d'Orange, qui favorise l'initiative dite Happy Men, un groupe

d'hommes (association Mercredi C papa) mobilisés en faveur de l'égalité professionnelle. « Il y a des hommes qui commencent à se poser des questions sur l'impact des "normes viriles" au bureau. C'est très efficace de faire travailler des managers, en groupes mixtes, sur les stéréotypes », note Laurence Dejouany, psychologue, membre d'Interelles et auteur de l'ouvrage *Les Femmes au piège de la négociation salariale* (L'Harmattan, 2012).

Mais le nec plus ultra, c'est lorsque le patron en fait une priorité de l'entreprise. « Quand le dirigeant est engagé sur ce sujet, cela bouge vraiment », constate Véronique Morali, présidente de Fimalac Développement et du Women's Forum. C'est le cas à la SNCF, avec Guillaume Pépy, et à la Caisse des dépôts, avec Jean-Pierre Jouyet. »

Et cela commence à prendre, même dans des entreprises traditionnellement très masculines, selon Elisabeth Vuillaume, secrétaire générale d'Interelles, le réseau de femmes d'EDF: « Il y a deux ans, lors de la conférence de notre réseau, il y avait cinq dirigeants. En 2013, ils étaient vingt-cinq. »

Gilles Wybo