

LE FAIT DE LA SEMAINE**PAROLES DE DIRIGEANTES**

CLARA GAYMARD, directrice de General Electric France

«Diversité rime avec compétitivité»

«MÊME s'il n'y a pas de discrimination exacerbée, les critères d'évaluation sont encore très masculins. Les entreprises privilégient une approche guerrière plutôt que la négociation ou le travail en équipe. Remplacer des hommes par des femmes n'a aucun intérêt, il faut valoriser les façons différentes de traiter les sujets. Quelques sociétés ont compris que c'est un facteur de compétitivité, mais elles sont rares. »

**« La contradiction c'est constructif ! »**

«LES HOMMES préfèrent rester entre hommes. La nature est ainsi faite : dans le milieu économique, où le risque est omniprésent, les hommes veulent se rassurer avec des personnes qui pensent et réagissent comme eux. Une femme, au milieu, ça dérange. La diversité, c'est compliqué à gérer, ça peut être vu comme une perte de temps. Sauf qu'à long terme, la solution trouvée est meilleure. »



VALÉRIE TANDEAU DE MARSAC, avocate et fondatrice de l'association Voxfémina

«Notre vision du pouvoir est différente»

«ON a souvent dit que les femmes n'ont pas d'appétit pour prendre le pouvoir dans les entreprises. En fait, les femmes, en particulier celles qui sortent des grandes écoles, sont sur le registre bonnes élèves et se disent *si je suis compétente, la réussite viendra d'elle-même*. Elles ne vont pas spontanément demander les postes de pouvoir, contrairement aux hommes. »

«Une approche plus sociale du travail»

MARIE ALLAVENA, directrice générale des Editions Eyrolles

«AU DÉBUT de ma carrière, dans le milieu de la finance, être une femme était considéré comme un handicap. C'est un milieu très misogyne où les horaires de travail sont incompatibles avec la vie de famille.

Aujourd'hui, ça ne me viendrait pas à l'esprit de fixer une réunion à sept heures du matin ou du soir, au moment où les femmes ont d'autres choses à faire. »

« L'efficacité est notre obsession »

«ETRE une femme dans un monde industriel très masculin, c'est un atout. Cela apporte de la diversité et puis, très concrètement, le fait de vouloir préserver ma vie de famille fait que j'ai une obsession : ne pas perdre de temps. Cela incite les autres à ne pas en perdre non plus. Je suis assez rétive aux quotas. Cela a un côté humiliant. Mais très vite, en arrivant chez Areva, j'ai demandé à ce que les femmes soient plus représentées dans les comités de direction et j'ai vu qu'on n'y arrivait pas. Du coup, dès 2007, j'ai imposé que les comités de direction soient composés de 20 % de femmes à l'échéance 2010. »



« Nous sommes ultra-polyvalentes »

ANNE LAUVERGEON, PDG et présidente du directoire du groupe Areva (lire aussi en dernière page la rubrique Un jour avec)



PATRICIA CHAPELOTTE, dirige l'agence de conseil Albertine & medias

«LA FEMME est obligée de faire preuve d'imagination au quotidien. Elle est dans l'obligation

de faire plusieurs choses à la fois et se révèle plus polyvalente. En plus, la relation homme-femme dans le business est plus franche. Mais, il faut d'abord pousser les portes, montrer que l'on a plus envie que les hommes. Réussir demande beaucoup plus d'énergie aux femmes qu'aux hommes. »

« Des qualités sous-exploitées »



AUDE DE THUIN, fondatrice et présidente du Women's Forum for the Economy and Society

Un fonds d'investissement qui parie sur les valeurs féminines LA SOCIÉTÉ Conseil plus gestion (CPG) a choisi de parier sur les femmes. Pas par bonté d'âme ou souci de justice sociale, mais pour gagner de l'argent et coller au plus près des évolutions du marché. « Notre postulat de base, explique **Caroline Grinda**, la cogestionnaire, est l'influence croissante des femmes dans toutes les sphères de l'économie. Il faut investir dans cette tendance de fond. » C'est pourquoi Jean-Louis Hostache, à l'origine de CPG, a créé en 2005 un fonds spécialisé, « Valeurs féminines ». Il retient deux critères d'investissement. D'abord des entreprises dirigées par une femme ou des sociétés qui comptent au moins 20 % de femmes au sein de leurs instances de direction. « La mixité est un vecteur de performance, assure **Caroline Grinda**. Les femmes apportent des qualités différentes et complémentaires de celles des hommes. » Les entreprises retenues de cette façon représentent aujourd'hui environ un quart des 400 valeurs du portefeuille de CPG (pour un montant total de près de 8 millions d'euros). Second critère : miser sur des secteurs dont les produits ou les services s'adressent avant tout à un public féminin, en particulier le luxe, les cosmétiques et la lingerie. Pourquoi ? Parce que le pouvoir d'achat des femmes augmente et qu'elles sont à l'origine de 80 % des dépenses d'un ménage. Cinq ans après la création du fonds, les résultats semblent donner raison à ses gestionnaires : il a certes perdu 3,7 % de sa valeur. Sur la même période, l'indice boursier de référence EuroStoxx 50 a cédé 17,1 %. Investir dans les entreprises féminisées serait donc un bon calcul.

Tous droits réservés : Parisien Economie

A278051756C8AD6956520E00450B11B45C712B4C259625758341487