



Interview de Marie-Pierre Bories

Marie-Pierre Bories, vigneronne catalane, qui comme les femmes de nos entreprises technologiques, travaille dans un domaine majoritairement masculin, est venue témoigner de son vécu de femme cheffe d'entreprise.

Pour faire vraiment connaissance avec Marie-Pierre, il faut goûter son vin. Elle vous en parle sans orgueil, mais telle une mère fière des médailles et tableaux d'honneur reçus par ses enfants et vous fait partager sa passion et son exigence de qualité. Aussi, nous avons au préalable dégusté son vin et bénéficié de ses commentaires, au cours de notre déjeuner-networking traditionnel.

Alors qu'il y a quelques décennies nos grand-mères étaient peu amateurs de vin, les femmes sont de plus en plus consommatrices et ont donc adopté ce code qui appartenait encore récemment au genre masculin. L'organisateur du salon international du vin à Bordeaux, Vinexpo a interrogé en 2011, près de 10 500 femmes internautes de 5 pays (France, Royaume-Uni, Hong-Kong, Allemagne et Etats-Unis). 58% d'entre elles estiment connaître le vin aussi bien que les hommes. De leur côté, 45,7% des Françaises consomment du vin au moins une fois par semaine. Nous avons interrogé le public présent pour notre colloque, qui nous indique que pour 82% d'entre eux ou d'entre elles, c'est un homme, qui choisit le vin lors d'un dîner : stéréotype, quand tu nous tiens !

Extraits de l'entretien avec Marie-Pierre Bories

A.A : Racontez-nous comment, vous êtes devenue viticultrice ?

M.P.B : « En fait au début, je n'ai pas vraiment choisi ce métier, même si je viens d'un milieu viticole, par ce que mon arrière-grand-père avait fondé une cave, mon grand-père était œnologue, mon père était Président d'un syndicat viticole. Et j'ai moi-même créé mon propre domaine... Je voulais travailler dans le domaine des chevaux et je suis venue vers le vin sur le tard. Ça m'a plu et j'ai fait des études d'œnologie, avant de partir à l'étranger.. Cela me paraissait important de faire une espèce de « compagnonnage »... J'ai ensuite repris une partie de la propriété familiale... J'ai fait basculé le domaine, depuis une dizaine d'années en biologie... pour arriver sur des vins les plus purs et les plus digestes possibles, tout en amenant du plaisir, bien-sur !».

A.A : Est-ce que vous avez eu l'impression que le chemin pour devenir viticultrice et cheffe de votre exploitation viticole a été difficile ? Plus difficile, parce que vous étiez une femme ?

M.P.B : Quand j'ai démarré, c'est sans trop d'argent mon Papa était Président des caves coopératives de tout le sud... Quand je lui ai dit que je voulais faire du vin... à ma manière, ça n'a pas été très bien perçu. Il ne m'a pas donné un Franc et j'ai démarré à zéro, avec même pas un SMIC... mais des convictions. Ce qui est important dans la vie ce sont les échanges... J'ai la chance d'avoir travaillé avec des grands vigneron français, qui sont des amis et ils m'ont donné la fibre, en me disant « quoi qui se passe, ne dérive pas du chemin que tu as choisi ». Ce relais que nos aînés ou les gens que l'on rencontre peuvent nous passer est important pour moi .. J'ai commencé à travailler en Alsace, dans les caves de Ribauvillé, avec que des hommes justement... et là j'ai compris que ce n'était pas aussi simple que ça, même si j'ai été très bien accueillie ! Ensuite, je suis partie en Amérique du Sud. J'étais œnologue pour Pernod-Ricard en 1986... Je dirigeais plusieurs caves et j'ai donc fait beaucoup de kilomètres. En 2 ans, je n'ai vu que 3 femmes conduire une voiture ! Les femmes restaient à la maison. Quand vous arrivez à dix-huit ans, face à des hommes, dont vous êtes le chef, ce n'est pas facile ! On apprend vite, surtout qu'il y avait de grosses équipes à gérer. C'était intéressant parce qu'on réalise que cela ne sert à rien d'aller au combat. Au début, j'ai voulu affronter, j'ai voulu tenir ! ... mais ce n'est pas comme ça, que l'on atteint son but ... Il vaut mieux essayer de comprendre la problématique ou la peur de l'autre, pour essayer de l'appréhender, de le reconforter, pour aller de l'avant et faire une vraie synergie ensemble. »

Ensuite elle est partie installer un domaine en Australie, sur une exploitation agricole de vaches laitières, avant de travailler chez un grand vigneron à Pouilly sur Loire.

A.A : Comment votre place de cheffe du domaine viticole, cheffe d'entreprise a été perçue et acceptée par le personnel du domaine, qui peut-être pour certains, vous avaient connue enfant ?

Elle a hérité du caractère fort et de la stature de son père, dirigeant d'entreprise et elle rentrait dans son entreprise. Travailler uniquement avec des hommes ne lui pose aucun problème.



M.P.B : « Quand on part travailler le matin, on passe un moment ensemble avec l'équipe et on parle du travail à accomplir... J'ai travaillé avec eux tous les jours, je fais les mêmes travaux qu'eux. C'est important pour comprendre la difficulté du travail viticole, qui est un travail physique. On ne peut pas demander un travail à quelqu'un, si on ne l'a pas fait soi-même. De plus en plus, j'ai des employés espagnols et j'ai la chance d'avoir des marocains berbères. Ce sont des gens qui ont la noblesse du cœur et beaucoup de respect. Mais pour eux, avoir une femme qui les dirige, ça ne passe pas. alors on fait les choses ensemble et je leurs pose toujours la question, de ce qu'ils pensent de ce l'on fait et si ça va ? Et hop, j'ai trouvé une porte d'entrée... Pendant qu'elle est avec nous, elle est donc confiante, sur le domaine, tout le monde travaille ! Marie-Pierre exerce tous les métiers au sein du domaine, en plus de son rôle commercial.

Marie-Pierre Bories exporte 80% de sa production, dans 40 pays.

A.A : *Pourquoi avoir donné cette orientation au domaine ?*

M.P.B : « Travailler à l'exportation, c'est autant de travail, que de travailler avec le caviste du coin. » Comme elle avait préalablement beaucoup voyagé, l'idée de travailler avec des grossistes, des distributeurs étrangers lui était naturelle. Mais elle ajoute qu' il ne faut pas se tromper dans ses choix et travailler avec des professionnels qui misent sur la qualité. « Contrairement à ce que l'on pense, les distributeurs à l'export sont beaucoup plus connaisseurs, que les gens, qui se disent professionnels, en France ». En femme d'affaire avisée, elle nous explique qu'elle fait concourir ses vins pour se benchmarker et également pour mieux comprendre les goûts de la clientèle étrangère. Ainsi elle constate que le Muscat blanc, que nous avons dégusté au repas s'exporte dans tous les pays.

Marie-Pierre répond à la salle, qui lui demande quelle qualité insoupçonnée elle s'est découverte en exerçant son métier: « être artiste!». « Faire du vin, ça paraît simple. Pour arriver à l'excellence, il faut être un peu fou, avoir un peu la tête dans les étoiles, même s'il faut rester aussi centré sur la rentabilité, pour pouvoir vivre. »

A.A : *Pour terminer, vous nous avez écoutées pendant une bonne partie de la matinée, est-ce que vous avez été surprise ? Y-a-t-il des similitudes entre nos sujets de parité femme-homme dans nos grandes entreprises et le monde du vin ?*

M.P.B : « Je n'ai pas le plafond de verre. J'ai l'impression d'être un électron libre. Je vais là où j'ai envie d'aller en assumant mes choix. Je pense que plus vous serez vous-même, plus vous serez respectée. Moins vous irez au combat et plus ça passera. Si vous vous mettez à la place de l'agneau et que vous avez des loups autour, c'est sûr que s'ils vous repèrent, vous allez vous faire bouffer. »

Marie-Pierre Bories est l'héritière respectueuse d'une lignée d'hommes- son arrière-grand-père, son grand-père, puis son père – qui ont été des figures éminentes de la viticulture catalane. Loin d'avoir été écrasée par cet héritage, elle l'a transcendé et a développé d'autres compétences, avec humilité et enthousiasme, en commençant par se former comme n'importe quelle élève, puis en « faisant ses classes » dans les pays viticoles du monde, et dans des caves françaises prestigieuses.

Ses mains démontrent qu'elle travaille sa terre et des vignes, mais elle élabore également ses vins en œnologue compétente, et voyage sur tous les continents pour les négocier à l'export. Elle est partout, dans ce monde d'hommes, où peu de femmes réussissent.

Ses vins figurent sur les plus grandes tables étoilées de France, accumulent les médailles et récompenses décernées par des spécialistes de l'œnologie et sont appréciés sur l'ensemble des cinq continents. Ainsi ses vins ont été distingués par Romain ILTIS, meilleur sommelier de France 2012, par le DECANTER World Wine Awards en 2012, plus haut concours mondial des vins. Son Maury Hors d'âge a reçu une excellente note du Wine Enthusiast de New York et figure à la carte du "El Celler Can Roca" de Gérone, élu meilleur restaurant du monde en 2012. Enfin en février dernier, elle obtenait la médaille d'argent au concours des meilleurs grenaches du monde. Elle défend ainsi l'image de qualité du terroir catalan, infatigable et intarissable ambassadrice du domaine de Blanes : <http://www.domainedeblanes.com>.

C'est donc une femme authentique, dans toute sa dimension humaine, avec ses expériences du management multiculturel, qu'Aline Aubertin (GE Healthcare) a interviewé pour nous.

ATELIER

Groupe de travail dirigé par Marine Rabeyrin (Lenovo) et Elisabeth Vuillaume (EDF)



Prospectives

Ont participé à cet atelier : Marine RABEYRIN, Elisabeth VUILLAUME *Co leaders*, Jehanne AUBERT *Coordinatrice Rôle de la Génération Y*, France JONATHAN *Coordinatrice Rôle des Hommes*, Sabrina AADJOU, Nadia BARBIER CHARLET, Caroline BERNHEIM, Robert BRISEDoux, Florie DUBOIS, Amandine FOUCAULT, Jalila JELLOULI, Badea MARTINOTTI, Irina PLACE, Laurence RENAHY, Benoit ROBIN, Virginie ROLGEN, Alix SENNEYEY, Dana ALLEN, Elisabeth SOUBELET *Coordinatrice Rôle des femmes*, Caroline HAQUET, Catherine MUNDUBELTZ, Patrick SCHARNITSKY, *Intervenants extérieurs*, Frédérique RIBIS Vidéos

La mixité est devenue un vrai sujet. Un sujet pour le législateur, un sujet pour les entreprises, un sujet pour les femmes. Mais est-ce également un sujet pour les hommes ? Comment faire en sorte que ce sujet s'inscrive dans la durée, avec des résultats et de manière profitable pour tous ? Qui sont les acteurs de cet objectif ? Comment les interpeller sur le rôle qu'ils ont à jouer ?

Maintenant, où va-t-on ? pour tenter de répondre à cette question qui nous préoccupe tous, le groupe de travail, s'est appuyé sur le vécu de ses membres, sur les politiques égalités professionnelles, sur les bonnes pratiques des entreprises technologiques et sur des enquêtes auprès des femmes, des hommes et des jeunes des entreprises membres du Cercle InterElles.

LES HOMMES

Il est facile de comprendre ce que les femmes ont à gagner au développement de la mixité, il se dit de plus en plus que la mixité est une richesse et une source de succès pour les entreprises, mais les hommes qu'ont-ils à gagner ? Risquent-ils d'y perdre ? Sont ils indispensables à cette évolution culturelle et de quelle manière ? Y sont ils préparés ?

Extrait de témoignages d'hommes :

- « Les femmes sont des hommes comme les autres. »
- « Ce n'est pas aux hommes de faire évoluer la culture d'une entreprise, mais aux salariés en général de le faire, sinon on passe en assistanat, comme pour les handicapés »
- « J'ai été témoin de plein de propos sexistes. Ma réaction dépend de comment la personne se défend : si je la sens en détresse, je me mets dans le rôle du sauveur, si la réaction est agressive, je recadre le débat »
- « Il faut accepter le fait qu'une femme puisse avoir des enfants. Ce sont les femmes qui accouchent, donc l'égalité n'est pas tout à fait complète et la tranche d'âge pour les promotions se fait entre 25 et 35 ans et avant 40 ans »
- « Je ne suis pas vraiment intéressé par les politiques d'égalité professionnelle : je trouve cela parfaitement hypocrite. »
- « Quel risque peut-il y avoir à ce qu'un homme fasse la vaisselle ? »

Les constats :

- Les hommes sont largement inconscients des inégalités subies par les femmes.
- Largement majoritaires, les hommes doivent participer de façon active à l'intégration des femmes, or les hommes n'ont pas conscience de leur rôle, ou ne sont pas prêts à le jouer.
- Les comportements sexistes confinent les femmes en réaction dans un rôle stéréotypé d'« hystérique » ou de « victime ».
- Le rapport au temps en entreprise reste différent pour les hommes et les femmes.

Propositions concrètes sur le rôle que les hommes peuvent et doivent jouer :

- 1- Être un acteur moral de la mixité :
 - a. Mise en place d'un objectif 0 discrimination sur le model des objectifs 0 accidents des politiques HSE avec management visuel, objectifs annuels partagés et cascades à tous les niveaux de l'organisation et la minute discrimination dans les réunions d'équipe au même titre que les 5 minutes sécurité



- b. Mise en place dans les outils de connaissance de soi (type 360°) auxquels sont soumis les cadres à haut potentiel d'un volet non-discrimination.
- c. Mise en œuvre dans les évaluations annuelles d'un critère sur ce sujet
- d. A titre d'exemplarité, mettre en œuvre dans les réunions de direction un système vertueux ludique qui pénalise les propos et attitudes inadaptés, par exemple : la personne qui tient un propos discriminatoire doit faire le compte rendu de la réunion suivante.
- e. Utilisation du mentoring et du reverse mentoring.
Mentoring par des hommes bienveillants des femmes pour éviter de rentrer dans une spirale négative suite à des agressions perçues
Reverse mentoring de cadre dirigeant par des femmes sur le sujet de la diversité (aider à préparer des entretiens annuel, challenger les plans de développement ou de recrutement...)

2- Lutter contre les stéréotypes de façon volontaire

Les stéréotypes ont la vie dure et notamment les stéréotypes négatifs. Certains sont tellement gravés dans nos modes de fonctionnement qu'ils nous paraissent être des maux incontournables. « C'est normal, c'est une équipe avec que des femmes », « Les femmes, je ne les comprends pas ! »...

Pour aider l'homme manager à identifier ce qui relève du stéréotype de ce qui relève de la discrimination, le groupe propose d'adapter les formations de manager à ce type de situations en combinant les sensibilisations à la discrimination et aux risques psychosociaux aux formations de management, avec des cas de mise en situation (gestion de conflits / entretiens de recadrages...).

3- S'engager activement dans la promotion des femmes

La promotion de femmes ne se joue pas dans les quelques semaines qui précède la nomination, elle doit être anticipée et challengée sur une période de 2 à 3 ans pour être certain qu'il existera des femmes qualifiables au moment du besoin.

Dans un contexte majoritairement masculin, inconscient des problèmes que rencontrent les femmes en entreprise, ceci ne peut être atteint que par une attitude volontaire du manager. L'atelier propose d'intégrer aux plans de développement / succession à terme au lieu d'une succession unique, une « short-list » de 2 à 3 candidats dont au moins une femme.

4- Se réinterroger sur la valorisation du temps passé au travail

Un principe implicite chez la majorité des managers et cadres dirigeants masculins est de considérer que le temps en entreprise n'est pas uniquement du temps de travail mais aussi du temps de réseau, du temps alloué à des activités extra-professionnelles (donner des cours, préparer des interventions, ...) voir même privé (aller chercher un cadeau d'anniversaire, accompagner son fils/ fille à des concours ...). C'est cette règle implicite qui permet aux hommes de réaliser souvent un temps de présence record.

Du fait des contraintes familiales qui pèsent aujourd'hui encore principalement sur les femmes, cette polyvalence au travail est moins accessible aux femmes qui sont souvent contraintes à une amplitude horaire plus faible. Leur temps de travail effectif n'en est généralement pas moindre car dans cette plage horaire, elles sont focalisées sur le travail à accomplir. Néanmoins, le manque l'élasticité horaire est un facteur de culpabilité pour les femmes et parfois considéré comme un manque de flexibilité par les hommes. Ce manque de polyvalence pousse aussi les femmes à poser une journée d'absence ou de congés pour accomplir des tâches qu'un homme plus polyvalent sur son temps de travail accomplirait en « chapeau ».

Faire passer ce principe de polyvalence de implicite à explicite aurait un double effet sur les hommes et sur les femmes :

1. décomplexer les femmes, leur donner confiance et plus de latitude dans leur organisation
2. donner aux hommes l'opportunité d'aussi réduire leur amplitude horaire avec la même efficacité professionnelle
3. créer une communauté de comportement qui permette d'atténuer les différences hommes/ femmes dans une démarche gagnant/ gagnant.
4. créer un congé grand-parental pour permettre aux jeunes parents de s'appuyer plus facilement sur leurs parents (cellule familiale élargie) pour s'occuper de leurs enfants à une époque où les grands parents travaillent encore souvent.

L'atelier propose de remplacer les propositions de nomination à terme uniques des plans de développement / successions par une « short list » de 2 ou 3 candidats dont au moins une femme.

ATELIER

Suite...



Catherine Mundubeltz : « Parmi les propositions faites par le groupe, mon choix prioritaire est de sensibiliser les managers, les accompagner, les évaluer dans leur capacité à faire grandir leurs collaborateurs et collaboratrices. Autre priorité : Recrutement des femmes + évolution des critères de promotion en intégrant des critères dits « féminins » comme l'esprit d'équipe, la capacité d'écoute... »

Patrick Scharnitzky : « L'égalité professionnelle, c'est un non choix, c'est une obligation, sinon l'entreprise va dans le mur. Il n'y a pas de preuve scientifique mais toutes les études l'ont montré. Un collectif pluriel, une équipe hétérogène, c'est un gage de performance si on sait la manager. « D'où la nécessité d'accompagner les responsables d'équipes pour leur apprendre à manager des équipes plurielles et la nécessité de les valoriser »

LA GÉNÉRATION Y

Les générations se suivent mais ne se ressemblent pas forcément... Peu d'études et de démarches permettent aux entreprises de comprendre qui est cette nouvelle génération dite « Y » ou encore « GEN Y ». Si (entre autres) Wikipédia y dédie une page (http://fr.wikipedia.org/wiki/G%C3%A9n%C3%A9ration_Y) et Accenture consacre une étude complète (<http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/The-Next-Generation-of-the-Working-Woman.pdf>), les caractéristiques, les attentes et les comportements de cette frange de la population s'avèrent complexes à appréhender, notamment à l'échelle mondiale. Pourtant il semblerait qu'elle ait un rôle à jouer, voire serait actrice d'un nouveau paradigme de société. Associée à cette approche, la question de l'éducation et du transfert d'expérience d'une génération à l'autre pourrait également être un facteur de compréhension.

La GENERATION Y en quelques mots :

Caractéristique 1: **relation GEN Y et NTIC***

les NTIC seraient un facteur commun de définition. Cette GEN Y aurait plus tendance à surfer sur le web et avoir recours aux nouvelles technologies pour aller chercher de manière **autonome** l'information qu'ils recherchent, apprendre de nouvelles choses, se former ou encore créer.

Problématiques explorées par le groupe

Est-ce que ces NTIC favoriseraient de nouveaux comportements dans le relationnel homme-femme ? Comment les entreprises doivent considérer ces NTIC ? Quels seraient leur rôles dans l'enseignement et le transfert de connaissances à cette GEN Y ?

Caractéristique 2: **relation de la GEN Y au temps**

Tout va plus vite et doit aller plus vite.

Problématiques explorées par le groupe

Quelle est la vraie échelle de temps de GEN Y : en effet tout semble aller plus vite, pour autant on voit par exemple en France les jeunes devant rester de plus en plus longtemps chez leurs parents par manque de moyens au regard de la crise économique et de la difficulté de l'accès à l'emploi ? Cette question est transversale à plusieurs caractéristiques : cette question du temps est-elle liée à l'âge ou est-ce vraiment une question de GEN Y ?

Caractéristique 3: **relation de la GEN Y et sa relation aux autres**

Elle semblerait de plus en plus dématérialisée notamment dans la création de nouveaux contacts grâce aux réseaux sociaux.

Problématiques explorées par le groupe

S'il est plus facile pour eux de se créer de nouveaux contacts, plus rapidement en utilisant les NTIC, est-ce que cela signifie pour autant que leur mode relationnel dans la vraie vie a changé ? Les NTIC ne sont-ils pas juste un moyen de prolonger des comportements également rencontrés dans les générations précédentes (passer du temps dans des lieux conviviaux, en « réel ») ?

* nouvelles technologies de l'information et de la communication



Table ronde avec Catherine Mundubeltz , EDF, DRH en charge de l'égalité professionnelle et Patrick Scharnitzky, docteur en psychologie sociale, professeur de psychologie appliquée au management à l'ESCP Europe et consultant diversité chez «Valeurs & Développement».

Caractéristique 4 : la GEN Y évolue dans des environnements et des contextes différents de ceux connus par les générations

C'est une génération qui est née avec la notion du risque SIDA, qui a pu voir ses parents connaître les grandes **restructurations d'entreprises** confrontées à de nouveaux modèles économiques, une GEN Y qui vit également avec un chômage des jeunes fort. Ce sont également des personnes qui ont connu une **plus grande ouverture culturelle** de part les échanges ERASMUS, l'accès aux voyages à l'international qui commencent à se démocratiser. Ces échanges leur permettent également de mieux appréhender ce qui se passe dans leur pays à d'avoir de nouveaux modèles de comparaison.

Problématiques explorées par le groupe

Comment cette génération va-t-elle réagir face aux difficultés économiques actuelles et quels modèles va-t-elle elle-même développer ?

Ces nouveaux points de comparaison vont-ils la conforter dans les schémas qu'elle connaît entre les hommes et les femmes ? Est-ce que cela va conditionner de nouveaux comportements en entreprise avec quelles conséquences pour les sociétés ?

Caractéristique 5 : l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle serait un marqueur plus important au sein de cette GEN Y

Dans les exemples personnels partagés entre les participantes, il est observé qu'au sein du couple la répartition des tâches (ménagères) et le lien à l'enfant serait plus important que dans les couples des générations précédentes. De ce fait le parcours en entreprise, de même que l'attachement à celle-ci évoluerait de manière à pouvoir satisfaire les 2 volets. Cependant, chez les jeunes femmes, il ne semblerait pas qu'elles veuillent pour autant sacrifier leur carrière professionnelle. Cette GEN Y serait donc peut être en transition à savoir plus de flexibilité au niveau des ménages pour permettre aux femmes de poursuivre leur évolution de carrière et aux pères d'être plus présents dans le « leadership maternel » (entendre par là que l'homme souhaiterait prendre plus part aux tâches éducatives et logistiques majoritairement assurée par la femme : changer les couches, faire les lessives, faire les devoirs, la santé etc).

Problématiques explorées par le groupe

Quelle est la part de l'âge et la part de la génération dans l'attribution de ces nouveaux rôles ? Combien d'hommes prennent un congé parental ? De même comment est abordé le temps partiel ? Le groupe de travail a également donné la parole à des entreprises qui réfléchissent à l'évolution des modes de management pour valoriser les qualités et comportements nouveaux de la génération Y. Caroline Haquet, Directrice de la gestion et du développement des Associés du groupe Mazars « Comme le dit notre DRH, Laurent CHOAIN, la génération Y remet en cause la hiérarchie et fonctionne de manière plus directe, plus rapide. Mais si l'on avait demandé aux générations précédentes, du moins la mienne déjà, si elles envisageaient de faire toute une carrière dans une seule entreprise, elles auraient majoritairement répondu par la négative. La génération Y est très avide de sens et souhaite des méthodes de travail différentes. Nous ne ferons pas l'économie, jusque dans l'entreprise, de comprendre et d'adapter – sinon adopter – une part des cadres cognitifs nouveaux de la génération Y.

Notre objectif en tant que DRH est donc d'apporter à nos talents une employabilité très forte, qu'ils deviennent nos associés ou que leur carrière se poursuive brillamment ailleurs. Et, plus globalement, nous abordons la génération Y comme une génération à part entière, « influenceuse » et influencée, comme toutes les autres.»

ATELIER

Suite...



LES FEMMES

Le rôle des femmes dans cet objectif de mixité reste essentiel. L'atelier a souhaité partager avec les femmes les outils et les réflexions qui participent à construire un nouveau modèle d'entreprise dans lequel elles sont actrices du changement.

- **Laisser derrière nous les attentes préconçues de solidarité dites féminines pour construire des rapports « gagnante/gagnante » ;**

On nous parle tout autant de solidarités que de rivalités féminines : Mythe ou Réalité !? Plusieurs auteures se sont penchées sur la question.

Louise DOUCET consultante en santé et mieux être au travail, a interrogé plus de 600 femmes dans différents pays dont la France et a constaté que les relations professionnelles entre les femmes sont assez complexes et loin d'être harmonieuses. De nombreuses femmes estiment qu'une équipe féminine est plus facilement propice aux embrouilles, rivalités, compétitions mal placées, tandis que les relations entre hommes seraient plus franches et directes voir brutales parfois.

Brigitte LIVET apporte un début d'explication. Elle considère que la rivalité féminine est un mythe véhiculé par les hommes. Quand deux hommes sont en rivalité professionnelle c'est présenté comme un challenge une compétition positive et stimulante. Quand cette même rivalité existe entre deux femmes on considère ça comme de l'hystérie.

Rosabeth MOSS KANTER explique cela de manière plus structurée. Elle considère qu'il y a 3 types d'entreprise.

Des entreprises avec une proportion très faible de femmes (pas plus de 10 – 15%). Pour ces Entreprises il y a 2 types de profils de femmes : celle qui vont se masculiniser et celle qui vont développer le syndrome de la reine des abeilles.

Deuxième type d'entreprise concerne des entreprises avec une minorité significative de femmes. Moss Kanter situe cela à 30%. Dans ce cas les femmes vont pouvoir développer des alliances, s'organiser et peuvent être elles-mêmes.

Enfin la 3ème catégorie d'entreprise où la proportion de femmes est d'environ 50%. C'est la configuration idéale.

Deborah Tannen et Fabienne Brugère ont une approche différente, elles considèrent que les femmes depuis toutes petites sont des schémas dans de sollicitude, c'est à dire prendre soin de l'autre. Donc dans un environnement professionnel il y a une attente forte de sollicitude entre les femmes. Les femmes entre elles ne se pardonneraient pas la moindre incartade sur le sujet.

Alors, que penser de cette question de rivalité féminine ?

La réponse n'est pas triviale. Il est difficile pour les femmes de réussir car cela suppose de traverser beaucoup d'obstacles et de gérer l'image de sollicitude, de l'idéalisation et l'attente de perfection. Il peut y avoir de l'envie. Mais peut être que la rivalité et ses attributs sont tout simplement humains.

Témoignages video

Isabelle Germain, fondatrice du site d'info, les Nouvelles News.fr :

« Cette idée que les femmes entre elles ne seraient pas solidaires est un pur stéréotype. Il n'y a aucune étude sérieuse qui dit que les femmes sont plus enclines à se crêper le chignon que les hommes »

Sabine Grignon, Areva :

« J'ai constaté que l'on pouvait compter sur les réseaux et sur les femmes de ces réseaux. Je pense que c'est quelque chose qui doit être développé ou en tout cas mieux connu et mis en avant »

Elisabeth Vuillaume, EDF :

« J'ai très souvent des femmes qui me prennent comme mentor et à qui je donne des « coups de pied dans les fesses » en leur disant « maintenant tu y vas ! ». Pour moi la solidarité c'est aussi peut-être cela »



Se réapproprié ses propres codes pour être soi au travail et accroître son leadership;

Témoignages vidéo

Catherine Le Douche, Lenovo :

« Je dirige mes équipes relativement durement. J'ai beaucoup de masculin en moi, dans mes attitudes, mais aussi beaucoup de féminin et je n'arrive pas à cataloguer du fait que cela relève d'une approche « égalité professionnelle » »

« J'aurais pu être cataloguée dans une boîte « c'est une fille dans un univers de mec », mais je me suis refusée à ça : je jouais de code de femmes (mes talons aiguilles, mes mini-jupes) mais je jouais aussi avec la voix et un ton plus masculin »

Sabine Grignon, Areva :

« Je pense que je fais un mixte et j'y vais plus au feeling qu'autre chose ! » « Je ne veux pas me déguiser en homme »

Elisabeth Vuillaume, EDF :

« Être féminine : oui, mais ne pas être dans la sensualité ! »

Apprendre les techniques pour gagner en confiance

Partant du postulat que la réussite professionnelle se base sur les compétences, mais aussi la visibilité et le réseau, il est important pour les femmes de développer leur confiance afin de se rendre plus visible et savoir se mettre en avant.

Quelques conseils : Il existe de nombreuses formations abordant le sujet. Morceaux choisis :

Source Diafora, « Marketing de soi »

Avoir un regard le plus impartial possible sur

- vos compétences, expertise, expérience, savoir-faire, savoir-être
- ce que les autres perçoivent de vous et de ces atouts

Identifier ses propres freins :

- peur d'en faire trop, de se mettre en avant, de se vendre ? aborder la question en vous disant plutôt que vous allez éclairer votre entourage des compétences que vous pourriez mettre à leur disposition
- « Be a big you » : « Qui suis-je, moi, pour être brillant radieux, talentueux et merveilleux ? » mais qui êtes-vous pour ne pas l'être ?

Vous restreindre, vivre petit, ne rend pas service au monde.

Source « Managing at Lenovo »

Sortir de votre boîte « being out of box » pour être à mon meilleur niveau plus souvent

Identifier quand vous êtes « in the box », enfermé dans votre boîte

- Qu'est-ce que je pense
- Qu'est-ce que je ressens
- Est-ce que je suis « dans ma boîte » « en boîte »
- Qu'est-ce qui m'y a amené ?
- Est-ce que le vocabulaire que j'emploie relève d'une attitude « in the box » (Je choisis de, je peux apprendre de, je veux, je vais le considérer) ou « out of the box » (je ne peux pas, je voudrais tellement, je devrais)

Est-ce que notre petite voix nous parle

- 1- De manière réaliste pour
- 2- En nous jugeant et en étant pessimiste
- 3- Si c'est (2),
 - a. Identifier les situations qui me « mettent en boîte »
 - b. se prêter à l'exercice suivant pour dissocier ce qui relève du jugement et du pessimisme de la réalité

Témoignages vidéo

Sabine Grignon, Areva : « Des personnes m'ont fait confiance, m'ont confiées des dossiers, des postes et m'ont dit : « tu vas y arriver, on le sait ». C'était des personnes hiérarchiquement au-dessus de moi, souvent plus âgés. Je me suis dit « si eux le pensent, pourquoi ils se tromperaient ». En leur faisant confiance, je me suis faite confiance. »

L'évolution est lente, et ne peut être que le fruit d'un travail collectif, entre hommes, femmes entreprises, jeunes. L'évolution des mentalités est une entreprise de longue haleine où rien n'est écrit d'avance et la vigilance doit être constante pour ne pas perdre les si « chèrement »

COUP DE PROJECTEUR

Par Bao-Châu Nguyễn
(Assystem)



Echange des bonnes pratiques

Initiative Assystem

L'une des raisons d'être du Cercle InterElles est l'échange de bonnes pratiques entre les membres du Cercle. Ceux-ci se réunissent régulièrement sur des thèmes différents pour partager les best practices de chaque société. C'est un des objectifs majeurs du Cercle, mais, avec le temps, cet objectif avait perdu de sa visibilité au profit d'autres thèmes de travail.

Mais cette année, Assystem a repris cette idée d'apprendre des autres et partager avec eux ses meilleures politiques de mixité.

Assystem avait envie d'impulser une nouvelle dynamique au Cercle InterElles et de créer un espace d'échanges avec les autres entreprises. Nous avons donc lancé les petits déjeuners des bonnes pratiques fin novembre 2013, pour avoir des regards croisés sur les actions de nos entreprises en matière de mixité et d'égalité professionnelle car l'ensemble des entreprises du Cercle, malgré leurs différences en termes de taille, de structure, de degré de maturité en termes de mixité, ont un point commun : des métiers très techniques et un environnement très masculin. Nous voulions apprendre les uns des autres pour déployer les meilleures pratiques dans nos entreprises respectives.

Bonnes pratiques échangées :

IBM

IBM a déployé une formation à la prise de parole « Taking the stage » dont l'objectif est de rendre la contribution des femmes plus visibles au sein de l'entreprise. Des formateurs externes ont mis en place les premières formations et, par la suite, les femmes d'IBM qui ont suivi ces formations ont déployé elles-mêmes les modules en interne. Ces formations permettent aux femmes d'exprimer leur volonté en public.

Jusqu'à présent 1 module a été déployé sur 3 sites et ses résultats sont déjà visibles « je vois moi-même un changement parce que j'ai fait la formation l'année dernière et là je suis sur scène, donc je me dis que ça doit marcher. » affirme Justine. Les participantes aux formations ont développé un réseau solide dans les unités business. Dans les unités où la formation a été présentée, une meilleure représentation des femmes s'en est suivie.

CEA

Le CEA développe actuellement une grande réflexion sur l'accompagnement à la parentalité en assouplissant l'organisation du travail à travers des contrats spécifiques, notamment temps partiel et télétravail.

Deux dispositifs RH ont été déployés pour la mise en place de cette réflexion, avec l'implication très soutenue du réseau de femmes de l'entreprise, qui a beaucoup appuyé l'initiative.

Le premier dispositif est un dispositif d'organisation du temps de travail, ce qui a été appelé « le temps scolaire ». Celui-ci s'adresse à des femmes et des hommes qui ont des enfants scolarisés et qui ont besoin d'avoir un temps partiel plus souple que le temps partiel habituel de 3/5, 4/5 ou mi-temps. Pour répondre à ce besoin, le CEA a autorisé le temps partiel les mercredis ou durant les vacances scolaires à condition d'avoir des enfants en bas âge, pour les hommes aussi bien que pour les femmes.

Le deuxième dispositif consiste en la mise en place du télétravail, qui est le « pure fruit du réseau InterElles » car cet item a été mis en place initialement chez Areva, grâce à son réseau de salariés. Un centre CEA est devenu pilote de ce programme pendant 1 an. Suite au succès, cela a été mis en place sur d'autres sites. De manière assez surprenante, la majorité des bénéficiaires sont des hommes.



Assystem

L'accompagnement du développement de la carrière féminine est très important chez Assystem, c'est même l'une de priorités du groupe. Pour cette raison, beaucoup d'actions de monitoring interne ont été mises en place.

Une vingtaine de femmes ont été ciblées comme haut potentiel, « des femmes qui ont des yeux qui brillaient plus fort que les autres » (Mélanie Sevgrand). L'équipe RH a voulu adapter ces actions à la culture d'Assystem. Deux convictions ont été mis en place sous forme d'actions : « la première est que les mentors devaient être à des niveaux +4, +5 ou +6 que ces jeunes femmes, c'est-à-dire des niveaux de directeur, qui eux-mêmes ont été ciblés pour leur fibre coaching. La deuxième conviction a été que ces binômes ne devaient pas se faire de manière aléatoire : les femmes ont rencontré leurs mentors sous forme de speed dating »

Une deuxième action est menée à l'externe pour l'accompagnement de la génération Y : la mise en place d'un partenariat avec l'INSA de Lyon sous forme de marrainage. Ce système permet aux étudiantes d'apprendre en amont ce que c'est le milieu technique à travers leurs marraines.

EDF

EDF a mis en place le Co-développement qui vise à accompagner et conseiller les femmes dans des situations concrètes de la vie professionnelle. C'est une action proposée par le réseau des femmes d'EDF, Interpelles. Le coaching se fait en groupe et avec un coach, l'objectif étant d'aider un des membres du groupe à résoudre une problématique qu'elle peut avoir, à partir du vécu et des expériences des autres membres du groupe.

La manière dont cela fonctionne est assez simple : une femme expose son problème (qui peut être technique, de management, etc.) aux autres femmes du groupe, 10 à 12 personnes et le coach. « Là où c'est magique c'est que la personne qui vient avec son problème ou sa préoccupation va déjà prendre énormément de recul. D'abord quand elle va préparer son sujet, quand elle va en parler au coach au préalable et puis au moment où elle va l'exposer au groupe. A la fin de sa présentation, chacune des participantes lui posera des questions d'éclaircissement. Par la suite, chacune prendra la parole et va exposer sa solution. A la fin, la personne qui est venue exposer son problème debrief sur ce qu'elle a appris, les conclusions qu'elle en tire et ce qu'elle va faire. » Cette année, 80 personnes ont bénéficié de cette initiative, réparties en 6 groupes différents.

CONCLUSION



LES SENTIMENTS DES PARTICIPANT-E-S SUR LA JOURNÉE EN 1 MOT :

Rafrichissante Passionné
Organisation
Qualité Inspirante
Fierté Stimulante Energie
Ressourcer Passionnante
Satisfaction Changement
Reflexion

LES TÉMOIGNAGES DE CETTE JOURNÉE :

- « Très intéressant Bravo ! »
- « Ateliers intéressants dynamiques et thèmes variés »
- « Etude sur les stéréotypes: excellent »
- « Super initiative vivement l'année prochaine »
- « InterElles précurseur de la diversité des Femmes mais aussi des Hommes »
- « Un grand professionnalisme de la diversité et de l'humour »

InterElles vous donne rendez-vous
l'an prochain,

Le 10 Mars 2015



REMERCIEMENTS

LE CERCLE INTERELLES REMERCIE TOUS CEUX QUI ONT CONTRIBUÉS À FAIRE DE CETTE JOURNÉE UN SUCCÈS ET PLUS PARTICULIÈREMENT:

Madame Najat Vallaud Belkacem

Ministre des droits des femmes et porte-parole du gouvernement

Notre grand témoin :

Marie-Pierre Bories

Les intervenants extérieurs :

Antoine de Gabrielli, Sophie Michon, Nicole Abar, Sylviane Giampino, Caroline Haquet, Patrick Scharnitsky

Les membres du bureau organisationnel :

Dominique Maire, Sabine Grignon, Joelle Juppeau, Catherine Ladousse et Claire Casellas

Les membres des ateliers :

Dana Allen *pour l'enquête*

Laurence Dejouany et Valérie Papageorgiou *pour le groupe de travail sur les stéréotypes*

Marine Rabeyrin et Elisabeth Vuillaume *pour le groupe de travail prospectives*

Bao-Châu Nguyễn *pour les échanges des bonnes pratiques*

Les membres du bureau du Cercle InterElles

Les membres de l'association du Cercle InterElles

Les partenaires extérieurs

Arancha Martin *agence 1001 lunes*

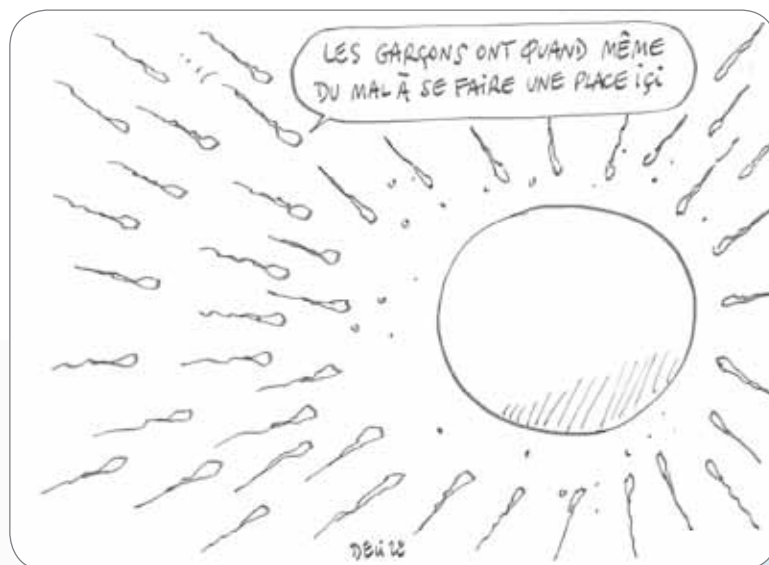
Delize *Dessinateur*

Frédérique Ribis *Réalisatrice*

Librairie Violette & Co

Erwann Kerroc'h *photographe*

Wisembly



Membres du Cercle InterElles



Dana Allen
HR Program Director

Julie Drapier
Investment Director



Sabine Grignon
Responsable division planning

Joëlle Bertani
Leader réseau WE chez Areva

Carine Piquet
Directeur Adjoint Ligne de Projets Recyclage



Pauline Bucaille
Directeur de la Communication

Emmanuelle Capiez
Directrice des Ressources Humaines

Bao-Chau Nguyen
Chargée de communication institutionnelle



Anne-Marie Jonquière
Responsable de la mission Conduite du Changement

Présidente du réseau Promotion-Diversité-Femmes (PDF) du CEA



Elisabeth Vuillaume
Secrétaire Générale de Inter'elles, réseau de femmes du groupe EDF



Nathalie Lecoq
General Manager Europe Perinatal Care, GE Healthcare

Aline Aubertin
European Marketing Manager Services, GE Healthcare

Florence Gury
Site Quality Manager, GE Healthcare

Catherine Estrade
Sales & Operation Planning Mammography Manager, GE Healthcare



Christine Cluzel
Manageure Opérations et Marketing Crédit Agricole, IBM France

Jean-Louis Carvès
Responsable du programme Diversité, IBM France



Catherine Ladousse
Directrice de la Communication, Lenovo EMEA et Présidente du Cercle InterElles

Marine Rabeyrin
Directrice des Ventes Grands Comptes, Lenovo France

Claire Casellas
Chargée de la communication événementielle, Lenovo EMEA



Nathalie Paoli
Directeur juridique Groupe

Alix Sennyey
Responsable Unité Architecture Mécanique

Anne Lemoine
Responsable développement RH Groupe

Valerie Papageorgiou
Responsable audit interne



Patricia Lecoq
Directrice des relations avec les Collectivités Locales

Jean-François Etienne
Responsable développement égalité Professionnelle



Isabelle Le Nir
Interpretation Metier & Interpretation / Tool Evaluation Manager

Stéphanie Montillet
Manufacturing team Leader for Completions Clamart

Catherine Castetbon
Operations Support Analyst (Deepwater Ops & Quality)/Facilitator

Membres Associées du Cercle InterElles

Laurence Dejouany
Psychologue, auteure de «Les femmes au piège de la négociation salariale - Ou comment demander de l'argent à son patron sans le fâcher...» Editions L'Harmattan

Dominique Maire
Ex Directrice de la Communication Corporate et Membre du Comité Exécutif du Groupe Air Liquide

Caroline Bettini
Ex DRH, Lenovo France

Martine Vidal
Membre associée du Cercle InterElles

Joëlle Juppeau
Membre associée du Cercle InterElles

Fondatrices du Cercle InterElles

Annika Joelsson
Elisabeth Kimmerlin
Catherine Ladousse
Marie-Claude Peyrache
Daniele Pozza
Pascale Witz



Membres du bureau de l'association



Catherine Ladousse, *Présidente*



Catherine Ladousse a commencé sa carrière au sein de l'Association des universités francophones, avant de rejoindre le département de la communication du Crédit Agricole à Paris, puis au Caire. En 1991, elle devient Directrice de la communication et de satisfaction de la clientèle d'American Express Bank France. Elle a rejoint IBM en 1995, d'abord comme Responsable de la communication pour la division PC EMEA puis comme Directrice de la Communication d'IBM France. Elle a créé avec un groupe de femmes dirigeantes de 4 entreprises le Cercle InterElles en 2001.

Elle a rejoint Lenovo EMEA en 2005 en tant que Directrice de la communication. Elle a contribué à la création du réseau de femmes international de Lenovo «Women in Leadership Lenovo» en 2007. Depuis Avril 2012, elle est directrice de la Communication EMEA incluant les événements et les initiatives de diversité de Lenovo EMEA.

Aline Aubertin, *Vice Présidente*



Aline AUBERTIN est Marketing Manager Europe, chez GE Healthcare. Ingénieure et diplômée du e-MBA d'HEC, elle a développé sa carrière dans le pilotage stratégique des ventes et marketing de produits techniques. Très engagée pour la promotion des femmes, au sein du Women Network de GE, elle est l'une des représentantes de GE au sein du Cercle InterElles et Présidente de l'association Femmes Ingénieurs.

Sabine Grignon, *Secrétaire Générale*



Sabine Grignon est responsable, niveau monde, de la Division Planning du Business Group « Engineering and Projects » au sein d'Areva. Elle a en charge la planification et les équipes associées pour les projets de conception, de construction, d'optimisation, de maintenance et de démantèlement des installations nucléaires.

Elle est membre du réseau « WE » d'Areva : réseau de salariés pour la promotion de la mixité et de l'égalité professionnelle hommes/femmes.

Elle participe aux ateliers et est présente au bureau InterElles depuis 3 ans.

Dominique Maire, *Secrétaire Générale adjointe*



Dominique Maire, après un début de carrière comme journaliste, a occupé les fonctions de Directrice de la communication successivement au sein d'un Cabinet ministériel, de la Banque Indosuez, de la Compagnie de Suez, d'Eurotunnel et du groupe Air Liquide où elle a été membre du Comité exécutif du Groupe Air Liquide. C'est dans cette dernière fonction qu'elle a apporté un soutien important à la réflexion sur la politique en faveur des femmes, accompagnant notamment le réseau féminin d'Air Liquide, O'Pluriel, dans son adhésion au Cercle InterElles. Retraitee depuis 2008, Dominique est membre associé du Cercle InterElles.

Joelle Juppeau, *Trésorière*



Joelle Juppeau est Ingénieure Agroalimentaire, a occupé divers postes au sein du Groupe Air Liquide dans des domaines d'expertise variés du marketing et de la vente à l'international. Elle a été membre du réseau O'Pluriel pour la promotion de la mixité au sein d'Air Liquide pendant huit ans. Depuis 2013, Joelle est consultante nutrition santé et conseillère scientifique.

Joelle est membre associée du Cercle InterElles. Elle est aussi membre actif d'Ingénieurs et Scientifiques de France (IESF).

Jean-François Etienne, *Trésorier adjoint*



Jean-François Etienne est responsable du développement de l'égalité professionnelle femmes-hommes au sein d'Orange. Il a en charge le déploiement du programme Happy Men. Il participe à l'activité du Cercle InterElles depuis un an. Il est professeur associé des universités.

Laurence Dejouany, *déléguée de la Présidente en charge de l'éditorial*



Laurence Dejouany psychologue, était cheffe de projet Mixité à France Télécom en 2001 et a participé à ce titre à la création du Cercle InterElles, dont elle est resté depuis un membre actif. Elle a, pour InterElles, animé nombre d'ateliers, réalisés des vidéos, créé un blog, puis le site actuel www.interelles.com dont elle est en charge.

Elle est l'auteure de « Alice au pays de l'entreprise- Petit manuel de la mixité en entreprise » EPWN, 2006, et de « Les femmes au piège de la négociation salariale ou Comment demander de l'argent à son patron sans le fâcher... », L'Harmattan, 2012.

Elle a contribué cette année à la création de l'appli Leadership pour Elles, lancée par le Ministère des Droits des Femmes. Cette appli téléchargeable sur I-Phone et I-Pad donne aux femmes des outils d'auto-coaching les aidant à gérer leur carrière et en particulier leur négociation salariale.



www.interelles.com

 # @InterElles

