

# LES 10 NEWS

DE LA SEMAINE

05

## LA COM' DU GENRE

Tendance de fin d'année chez les grands patrons: se déclarer féministe. Engagement sincère ou simple effet de mode?

*Grazia* a enquêté au **Women's Forum de Deauville**, début décembre. Par **Caroline LUMET**

**S**ur le front de mer, le ressac et les cris des mouettes sont recouverts par le claquement de centaines de talons. Du 30 novembre au 2 décembre, 1250 femmes entrepreneurs, grandes patronnes et quelques (trop) rares hommes se sont donné rendez-vous au Centre international de Deauville. Sa plénagora – avec ses éclairages rosés et ses sièges mauves – a des allures de boudoir, un rien cliché pour le Women's Forum, grand-messe internationale consacrée à la place et au rôle des femmes dans l'économie et la société. Ce 1<sup>er</sup> décembre, les débats s'enchaînent: «Tous pour

la diversité des genres», «Réinventer l'espace de travail pour déverrouiller le potentiel de la diversité des genres»... Muhtar Kent, le patron de Coca-Cola monde, s'élance sur l'estrade. A première vue, ses lunettes à écailles retenues par une chaîne, son lourd costume et ses cheveux blancs le placent plutôt dans la caste du patriarcat assumé. Un technicien lui apporte une bouteille de Coca, habile placement de produit. En roi du marketing, Muhtar Kent a aussi épinglé le pin's de la bouteille rouge sur sa veste. «*Je suis féministe*», lance-t-il. Salve d'applaudissements. Et regards circonspects. Ces derniers temps, marques et entreprises brandissent, aussi soudainement que Coca, le féminisme en étendard. De grandes maisons de mode le floquent sur des T-shirts. Beyoncé, Taylor Swift et consœurs le chantent. Se déclarer féministe serait gage de pop attitude. Mais ces Coca-cola, Orange & Co le sont-ils réellement? Ou n'est-ce qu'un effet de mode? Après le «green washing», qui a désigné la vague d'entreprises faussement écolo, va-t-on assister à un tsunami de «feminism washing»? Claire Doole, la modératrice du débat, ▶

# LES 10 NEWS

DE LA SEMAINE



## «AVEZ-VOUS REMARQUÉ COMME PLEIN D'HOMMES SE DÉCLARENT FÉMINISTES?»

CLAIRE DOOLE, MODÉRATRICE DES DÉBATS

► taquine Muhtar Kent: «Avez-vous remarqué comme plein d'hommes se déclarent féministes? A l'instar de Justin Trudeau (le Premier ministre canadien, nldr), mais lui, son cabinet est composé à 50 % de femmes.» Face à elle, le PDG de Coca reste de marbre. Quand Claire Doole le questionne sur son enfance de féministe, il rétorque: «Je ne l'étais pas à cette époque. Mon engagement remonte à 2008.» L'année de sa prise de fonction à la tête de l'entreprise. Et de vanter que son conseil d'administration a doublé son nombre de femmes, passant de 2 à 4... sur 14. La parité est encore loin.

### UNE AMORCE DE CHANGEMENT?

«En France, Coca serait hors-la-loi», remarque Isabelle, une coupe de champagne à la main. Dans l'arrière-salle, les participantes se retrouvent entre les stands Orange, Lenovo et Uber. Patronne d'une petite entreprise, Isabelle fait référence à la loi Copé-Zimmermann pour la mixité dans les conseils d'administration. A partir du 1<sup>er</sup> janvier 2017, en France donc, les entreprises cotées et les sociétés comptant plus de 500 salariés permanents (et un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros) devront respecter un quota obligatoire de 40 % de femmes. «On est à un mois de l'échéance. Les résultats ne sont pas fameux. Environ 36 %

des entreprises du CAC40 respectent la loi. 24 % des entreprises cotées. Et 14 % des non-cotées», déplore Lucille Desjonquères, par téléphone. Fondatrice du cabinet de chasseurs de têtes Leyders Associates, elle a cocréé un vivier d'environ 6700 femmes incarnant le leadership dans le monde. «Au départ, c'était une démarche opportuniste, il faut être honnête. Mais cela m'a transformée en femme engagée.» Pour convaincre les récalcitrants des apports de la parité, elle s'appuie sur quelques grands patrons exemplaires. «Car... les hommes écoutent les hommes.» En Normandie, à l'heure du «network lunch», les cartes de visite fusent. On discute «brand», «trend». «Finalement, est-ce qu'on ne se fiche pas un peu que les grands patrons soient vraiment féministes? Leur coming out, marketé ou réel, amorce le changement, non?», entend-on devant le stand Pommery. Il est vrai que ces derniers temps, les sociétés multiplient les programmes de promotion des femmes: Eve chez Orange, Think'Elles chez Lenovo, ou encore 5by20 pour Coca. «Les PDG doivent montrer l'exemple, communiquer au sujet de leurs actions en faveur de l'égalité salariale, de la mixité, renchérit Estelle Bleichner, la directrice des ressources humaines de Shiseido, dans la bulle beauté installée au cœur du hall Discovery. Quelles que soient leurs intentions, cela ne peut qu'avoir pour finalité d'aider à briser le plafond de verre.» Quand les moyens justifient la fin. ●

De droite à gauche: Brandi DeCarli, Muhtar Kent, Claire Doole et Nang Lang Kham brandissent une cannette de Coca birman apportée en cadeau par cette dernière.