



La Lettre HEC Au Féminin n° 55

Les femmes dans l'industrie numérique

La Lettre-Magazine est envoyée par courrier électronique à toutes les diplômées d'HEC Paris (Grande Ecole, MBA, Executive MBA, Mastères et Docteurs), ainsi que les étudiantes du campus, les présidents des Groupements professionnels, des Clubs et des Groupes de régionaux et internationaux.

Faites de cette lettre la vôtre ! Réagissez, critiquez, suggérez, contribuez par vos témoignages. Vous trouverez en fin de document le planning des prochaines diffusions ; enrichissez-les !

Responsable de la Lettre Mag :

Nathalie Halna du Fretay (H.86)

La rédactrice en chef de ce numéro:

Magalie Bouges (M.12)

Editorial

Nathalie Zavidovique-Pakin (MBA.02)

Les rédactrices de ce numéro

Magalie Bouges (M.12), Caroline Patou (H.92), Hanane El Jamali (M.03), Emilie Dumont (H.02), Fabienne Torres Baranes (M.02), Sophie Resplandy-Bernard (H.92), Marianne Da Ros (H.87), Elisa Domenighini (M.06), Domitille Germain (H.02), Nathalie Zavidovique Pakin (MBA.02), Dominique Latrilhe (M.06), Nathalie du Fretay (H.86), Caroline Jumelle (H.02), Emmanuelle Hazem (M.01), Karine Lisbonne (H.04)

Sommaire

Editorial.....	4
Les Expertes.....	4
Les Témoignages.....	8
Regard sur l'entrepreneuriat au Féminin.....	17
Nouvelles d'ailleurs.....	18
Envoyées spéciales : Compte-rendus d'événements HEC Au Féminin et autres événements.....	19
Les prochains événements HEC Au Féminin.....	21
Les autres événements.....	21
Livres, revues, films, séries et autres documents.....	21
Elles bougent.....	23



©Faiza Mebazaa

Editorial

Le numérique a révolutionné nos vies au quotidien comme au travail, tant et si bien qu'on se demande aujourd'hui comment on arrivait à survivre sans téléphone portable et consultation des mails au réveil. On peut dissenter longtemps sur les contreparties _ bien réelles _ qui viennent avec ce rythme accéléré et cette disponibilité accrue. Toujours est-il qu'aujourd'hui, certes il reste des gens qui se font imprimer leurs mails, annotent leur réponse qui repart scannée par une secrétaire dévouée, mais ce sont des exceptions, peut-être même des dinosaures.

Mais quelles sont les spécificités de travailler dans le numérique ? Est-ce plus *women friendly* ? Vous constaterez à la lecture des avis d'experts et témoignages que les opinions sont partagées. Certes, les décideurs sont plus jeunes que dans d'autres secteurs, mais en jean et basket ou costume cravate, le haut de la pyramide reste masculin. Une Sheryl Sandberg ne constitue pas une statistique.

Par contre, le numérique, et c'est un point qui ressort dans les interviews, c'est un secteur où tout va vite. Cela crée des opportunités, ou permet de les saisir en testant l'appétence d'un marché pour ce que vous avez à proposer. C'est Dropbox qui a mis en ligne des versions très précoces, c'est aussi Star Citizen qui a déjà levé 43 millions de dollars en crowdfunding, et cela n'est pas fini. Jamais entendu parler, me direz-vous ? C'est effectivement probable sauf si vous avez dans votre entourage un geek fan de simulation spatiale. Star Citizen c'est un futur jeu vidéo décrit par certains comme un soap opéra spatial. Mais c'est surtout un projet qu'aucun éditeur n'était prêt à financer, pas dans leur cible, pas dans leur modèle, trop risqué. Ils ont manifestement trouvé leur public.

Le numérique, n'a pas fini de permettre à nos façons de faire d'évoluer.

Les Expertes

- **Entretien avec Laure de Carayon, fondatrice et organisatrice de China Connect, conférence européenne sur le marketing, le digital et le mobile en Chine**



Après une carrière dans des agences de publicité et media, et dans des sociétés de production audiovisuelle, Laure de Carayon rejoint une start-up du web en 2000, puis à partir de 2010 commence à s'intéresser au secteur du digital en Chine, modèle de communication extrêmement dynamique dans ce pays, n'ayant rien à envier aux USA dans ce domaine. Elle conçoit alors le projet China Connect, événement regroupant des experts chinois et européens sur les tendances de consommation, du marketing, du digital et du mobile en Chine.

La Chine est le premier pays au monde d'utilisateurs d'internet, et est en passe de devenir le premier marché e-commerce. Le digital y est central (social, information, commerce). C'est un internet « propriétaire » avec ses propres acteurs - plateformes e-commerce, portails vidéo, réseaux sociaux, messageries instantanées, solutions de paiement etc., inspirés de l'Occident mais qu'il a enrichi pour les adapter aux attentes, comportements et usages des Chinois. Il est très orienté « services » (rapidité de livraison, facilité de paiement, cash on delivery etc.). Le paysage social media est très

dynamique, unique et extrêmement fragmenté (les réseaux sociaux les plus fédérateurs étant Sina Weibo et WeChat) ; la culture chinoise en est un élément constitutif, et parvenir à la décrypter est une des raisons d'être de China Connect. Par ailleurs le digital chinois se structure toujours plus, innove, s'adapte et se réinvente en permanence, il faut donc se mettre à jour constamment.

Le pouvoir d'achat de la Chine qui s'accroît et la classe moyenne qui augmente, offrent de très forts potentiels sur le marché pour les marques occidentales. Le digital est un pilier de la stratégie de marque, il contribue fortement à sa notoriété, à sa crédibilité et sa transparence, à l'imaginaire et au « storytelling ». C'est un espace conversationnel unique, et un carrefour marchand clé, qui va s'avérer de plus en plus incontournable. Bref il apporte de la valeur.

Outre l'organisation de China Connect, Laure de Carayon a aujourd'hui développé une activité de conseil et de formation sur le marketing, le digital et le mobile en Chine. C'est un métier où le relationnel compte beaucoup, et parce qu'il s'agit de la Chine, il faut sans doute encore plus de persévérance : tout se conquiert avec le temps. Concernant la place des femmes dans le secteur du digital, elles y sont assez bien représentées, qu'elles soient créatrices d'entreprises ou managers, et beaucoup parviennent à y faire carrière.

www.chinaconnect.fr

- **Interview of Beatrice Bremer (H.01), Director, Technical Advisor at Amazon.com, Seattle, Washington, USA**



After graduating from HEC in 2000, I studied and taught for one year at the University of North Carolina, Chapel Hill. Being in the US during the burst of the dot-com bubble was fascinating; though I remained strongly convinced of the impact the new economy would have on our everyday life. Back in Europe, I joined Renault as part of their e-commerce division, rolling out a B2B web-based service for ordering Renault parts, accessories and merchandise. I joined Amazon.com in 2005 to develop their European third-party marketplace business. With the experience gained in Europe, I moved to Beijing in 2010 to launch that business model for Amazon China. After 3.5 years in China, I am now in Seattle, Amazon.com's Headquarter serving as Technical Advisor to the Senior Vice-President, International.

Many may think of Amazon as an online retailer, i.e. a place to buy anything from books to shoes. However, Amazon has been a technology company since Day 1, developing unique systems in-house and offering technology services such as AWS (Amazon Web Services). As such, we heavily rely on and invest in technology talent, mostly coming with a computer science background. The U.S. Department of Labor projects that by 2020 there will be 1.4 million computer specialist job openings. Yet U.S. universities are expected to produce only enough qualified graduates to fill 29% of these jobs. Women are largely underrepresented in this field. While 57% of bachelor's degrees are earned by women, only 12% of computer science degrees are awarded to women. It is therefore very important to encourage more diversity, particularly gender diversity, in the teaching of computer science. Initiatives like "Girls Who Code" or the Hackbright Coding Bootcamp

in California (a program that specializes in teaching women to code) are for example leading the way in preparing women for computer engineering jobs.

Similarly, once they enter the workforce, women are underrepresented in the tech world - women make up half of the U.S. workforce, but hold just 25% of the jobs in technical or computing fields. I believe the awareness around the need for more women leadership in the tech world has increased recently, through the influence of female leaders such as Sheryl Sandberg and her book Lean In. Another example: female engineering leaders at Amazon in 2013 launched the "AWESome" (Amazon Women in Engineering) program, a great community to network and share best practices amongst engineering women.

I don't believe quotas for women, or artificially pushing for gender diversity, is a solution. However, driving awareness of the current situation and actively encouraging women to step into the technology field is key to bringing new sources of talent to the industry.

Besides the technology field, Amazon and other digital companies also need large pools of talent in overall business management (business development, marketing, finance, legal etc). I believe that the new economy despite being very demanding with its very fast pace, is more women friendly in those business areas than some traditional sectors. Most companies are either new or fairly young, and therefore do not have an "old boys' club" tradition. The working environment often offers more flexible working hours and sometimes the possibility to work remotely, which might fit women's schedule better.

As a conclusion, I would encourage all women (and men!) interested in working in an innovative, fast paced, still undefined and fun environment to consider a career in new technology. As we say at Amazon: "Work Hard. Have fun. Make History."

- **Stéphanie Cassin, Présidente du groupe Hubb, Fondatrice du réseau Billinks**



Fondatrice de Billink, un réseau social réservé aux femmes entrepreneurs

En quelques mots, quel est votre parcours, comment êtes-vous arrivée dans ce secteur ?

Après l'obtention d'un Master et 2 jobs dans le domaine du conseil en stratégie, j'ai créé Booster, ma propre société en conseil & stratégie d'entreprise. L'objectif était de démocratiser le conseil aux PME et d'offrir des prestations de qualité à des prix abordables. Nous avons rapidement développé une spécialisation en management du changement et gestion de projets & carrières avec la conviction que le développement du potentiel humain est un levier indispensable à l'entreprise.

J'ai eu par la suite l'opportunité de reprendre une société dans les télécom (l'un de mes clients). Face à la maturité annoncée de ce marché j'ai petit à petit étoffé l'offre en rachetant une société d'informatique et en créant Hubbicom, une « web-agency » spécialisée dans le développement de sites web et de réseaux sociaux.

Dans la continuité d'Hubbicom, nous avons récemment créé Biilink. Il s'agit du 1er réseau social qui soutient les femmes dans la concrétisation de leurs projets

d'entrepreneuriat, en les mettant en relation entre elles et avec un réseau de partenaires professionnels aptes à les soutenir dans le développement de leur projet (banques, juristes, incubateurs, assureurs...). Lancé le 1er octobre 2013, Biilink.com réunit déjà plus de 15 000 utilisateurs.

Quelles sont selon vous les principales différences entre le secteur du numérique et le secteur traditionnel ?

L'industrie du Numérique est un secteur en constante évolution qui présente des challenges quotidiennement renouvelés. En effet, ce secteur induit une très forte capacité à se réinventer en permanence. C'est-à-dire adapter sans cesse l'entreprise autour de la notion de projet, adapter sans cesse son business model.

Etre une femme du Numérique, c'est opter pour un métier ouvert sur des missions intéressantes et variées.

L'accélération des marchés et l'anticipation du mode de consommation sont un enjeu pour tous. La maîtrise de la marge entre la Recherche & Développement et le coût salarial très élevé nécessaire à la pérennité des sociétés du domaine des hautes technologies reste unique au secteur.

Que pensez-vous de la position des femmes dans votre industrie, vs « ancienne économie ».

Les femmes dirigeantes sont peu nombreuses dans l'innovation. Cela doit évoluer. Plus orientées vers le service, l'entrepreneuriat social & l'artisanat, les femmes choisissent très souvent des domaines « sécuritaires » et surtout liés à leurs compétences. La sensibilisation des nouvelles générations aux nouvelles technologies devrait changer la donne.

Le numérique souffre d'une image erronée auprès des jeunes femmes. C'est une vraie perte de talents pour cette industrie, car le numérique sera partout, dans tous les secteurs d'activité. Et l'innovation y est permanente.

Il faut convertir les jeunes femmes au numérique mais aussi leurs mères, car elles ont de l'influence sur la carrière de leurs filles.

Les Témoignages

- **Sandrine Leonardi (H.92), directeur général adjoint de Sensee, le premier opticien en ligne, après avoir été dans l'équipe fondatrice de Meetic.**



Lorsqu'une décennie intense chez Meetic (Sandrine en était le directeur financier, et a piloté de nombreuses levées de fonds, acquisitions et une introduction en bourse) a été récompensée en 2011 par une cession de la majorité du capital à Match.com, Sandrine a fait un tour de monde avec mari et enfants, et plongé dans sa passion, la photographie. L'idée était de changer, de vie, de rythme, de priorités.

Crédit photo: Serge Loyauté-Peduzzi

Mais le numérique l'a rattrapée. Un livre et quelques expositions de photos plus tard, sans abandonner son art, elle s'attelle aujourd'hui à Sensee.

En quelques mots, quel est ton parcours, comment es-tu arrivée dans ce secteur ?

Sur le campus, je voyais ma vocation dans les médias. Ma première expérience professionnelle a été dans une radio. Puis, j'ai rejoint une maison de luxe, dans un grand groupe français. Cette seconde expérience dans une magnifique machine m'a permis de comprendre que j'avais besoin d'un environnement en évolution rapide, comme l'étaient les radios dans les années 90. Au début des années 2000, la « nouvelle frontière » à défricher était l'internet. C'était un secteur en explosion (nous ne savions pas encore que c'était pour une part une bulle), de gros acteurs y entraînent, avec des moyens susceptibles d'attirer des managers plus expérimentés, et il y avait beaucoup à construire. J'ai donc rejoint iFrance, l'un des précurseurs de l'hébergement internet en France, que Vivendi venait de racheter. Entre la signature de mon contrat et mon arrivée chez iFrance, la bulle a éclaté, les recettes publicitaires qui fondaient le business model ont chuté ; j'ai donc mené, en qualité de directeur financier, une restructuration importante. Dur, passionnant et formateur. Après deux ans, j'ai rejoint Marc Simoncini dans le tout jeune Meetic, où nous avons construit un modèle plus solide, tirant les leçons de l'arrêt brutal de l'euphorie précédente.

Comment définis-tu les particularités de ton métier, les spécificités de ton secteur ?

Les spécificités principales d'une entreprise numérique sont l'immédiateté et la rapidité. Les conséquences de toute décision sont mesurables en temps réel. Tout est plus décousu et moins séquencé. Par exemple, une action commerciale décidée dans une entreprise classique se traduira par une campagne publicitaire, la refonte des vitrines, et d'autres actions incarnées physiquement, dont l'impact sera mesuré une fois le plan déployé et les clients en mesure d'y réagir. Dans le numérique, j'ai vu des managers venant du secteur traditionnel se laisser noyer par le flot d'informations reçu en continu, et perdre la hauteur de vue nécessaire au pilotage de l'entreprise. Ce n'est pas une question de compétence ou de capacité de travail, il s'agit d'accepter de naviguer dans un environnement par nature plus déstructuré.

La contrepartie de ce mode de fonctionnement est que les fondations de l'entreprise (en termes de technique, de processus, etc.) ne reçoivent pas toujours l'attention qu'elles méritent. La vitesse peut l'emporter sur la solidité. Une clé du management dans le numérique est d'anticiper et de veiller à apporter la robustesse requise au bon moment, avant qu'un développement rapide ne soit brutalement arrêté par une limite de capacité du système.

**Considères-tu qu'il y ait des différences avec le secteur traditionnel ?
Lesquelles ?**

Cette rapidité du secteur numérique insuffle un élan à l'entreprise toute entière, attendu des équipes, qui travaillent en permanence en mode projet, et non en mode récurrent. La croissance et la viabilité du modèle sont les priorités des entreprises numériques, par nature jeunes, quand l'accent est mis plus fortement sur la rentabilité dans les entreprises traditionnelles.

On y raisonne en termes de valorisation de l'entreprise, et le management est d'ailleurs fréquemment associé au capital, à défaut de recevoir un salaire ou des primes comparables à ceux du secteur traditionnel. La valorisation est l'assise des levées de fonds nécessaires au développement de l'entreprise, ou de sa cession, ou d'une liquidité partielle parfois réinvestie dans de nouvelles start-ups. La dissémination est réelle. De nombreuses start-ups sont créées par d'anciens salariés d'entreprises numériques, souvent grâce à un coup de pouce de leur employeur précédent. Cette culture d'entreprise particulière explique notamment les réactions virulentes d'opposition aux projets de réforme de la fiscalité du gouvernement de ces derniers mois. Il y avait une réelle incompréhension de cette économie radicalement différente, qui a dû être levée.

Que penses-tu de la position des femmes dans ton industrie, vs « ancienne économie ».

Je ne vois pas beaucoup de différences. Les femmes à des postes de direction sont sous représentées dans les deux cas. Certes, il y a moins de femmes ingénieurs, mais la rareté des femmes managers dans le numérique ne s'explique pas uniquement par la technicité du secteur. C'est également le cas dans la finance, par exemple. A mon époque Meetic, je pense que j'étais la seule femme directeur financier d'une entreprise du SBF 250...

• **Pascale Fildier (MBA.80) - Présidente du groupement HEC Provence**



Comment es-tu entrée dans l'économie numérique ?

Après HEC (MBA.80), Pascale travaille dans le groupe Crédit Lyonnais 26 ans au Brésil et en France (corporate, retail et private banking, banque d'investissement) principalement comme Manager d'équipes commerciales et d'équipes projet (CRM, animation forces de vente, nouvelles implantations...). En 2006, UBS, leader mondial en gestion de fortune, la recrute comme Directeur Méditerranée (Perpignan-Menton) de la banque, qu'elle développe jusqu'en 2012, où la décision est prise de fermer diverses implantations européennes, dont le Sud France.

C'est alors qu'elle revoit pour organiser une sortie familiale aux Embiez du groupement HEC Provence (qu'elle préside) celui qui allait devenir son associé et qu'elle avait accueilli lors de son arrivée dans la région deux ans plus tôt : Pierre-Jeremy Gardiner, MS Entrepreneur 03 et ex-marketeur dans un grand groupe cosmétique. L'idée se précise de créer ensemble une entreprise qui "réinvente le tourisme de terroir" avec cette constatation simple : « *une très belle façon de découvrir une ville, un territoire, est de le faire au contact d'habitants qui y vivent et y travaillent. Et lorsqu'on ne connaît personne sur place, c'est souvent difficile !* ». Ainsi naît le concept de rendezvouscheznous.com : un site pour mettre en relation des visiteurs en quête d'une découverte authentique des régions avec des hôtes locaux ayant un métier et savoir-faire typique pour des activités conviviales en petits groupes.

Le projet est retenu par la majeure Entrepreneur d'HEC comme mission créée fin 2012 et semble enthousiasmer les jurys. Pascale et Pierre-Jeremy se lancent ; création de la société en mai 2013, ouverture du site en décembre et premières ventes en janvier 2014.

RendezvousCheznous.com est un site innovant développé dans les codes de l'économie collaborative, qui utilise la technologie au service de la perpétuation des traditions, et le numérique comme moyen d'organiser de vraies rencontres.

Y a-t-il des spécificités pour les carrières des femmes dans l'économie numérique ?

Lorsque l'on vient d'une autre "industrie", il faut être prêt à se remettre en cause et à apprendre vite. C'est une industrie encore jeune, très mobile, avec des codes professionnels différents des sociétés classiques, en phase avec la génération Y. Et même si l'on croise aujourd'hui plus de développeurs Web masculins et de community managers féminins, je ne vois pourquoi il y aurait à terme des spécificités féminines.

As-tu des conseils à donner aux diplômées qui veulent créer dans l'économie numérique ?

Il y a de très belles réussites "numériques" dans notre communauté HEC au féminin : Céline Lazorthes (Leetchi.com), Stéphanie Pelaprat (Restopolitan.com)... Ce dont on parle, ce sont des problématiques d'entrepreneur. Pour moi Entreprendre est une question d'envie, ce n'est ni une question d'âge, ni une question de sexe. Notre binôme est constitué d'un homme de 36 ans et d'une femme de 58....»

Ses recommandations : « *créer au moins à deux* », à condition de « *trouver les bons associés, avec des compétences complémentaires* ». *Créer n'est pas un long fleuve tranquille : il y a des hauts et des bas, tout prend beaucoup plus de temps que prévu, c'est parfois décourageant.* Etre plusieurs fondateurs permet de traverser les difficultés et de partager les réussites. Avoir une compétence tech dans les fondateurs est un plus pour ce type de projet.

Autre conseil : être au contact d'autres sociétés innovantes. RendezvousCheznous.com est hébergé par Marseille Innovation, pépinière d'entreprises du pôle multimédia de la Belle de Mai à Marseille. « *Cela permet d'échanger avec*

d'autres créateurs et d'être dans un écosystème de jeunes entreprises, de faire circuler les informations ».

Enfin Pascale conseille, surtout quand on vient de grands groupes « *d'être prêt à tout remettre en cause : tout faire soi-même (plus de staff autour), faire beaucoup avec un petit budget (chaque € compte)*», et vivre autrement... Elle confie, en conclusion, ne rien regretter de son ancienne vie.

- **Olfa Zorfati (MBA.98), DAF de Start-up « numérique » (San Francisco)**



En quelques mots, quel est votre parcours, comment êtes-vous arrivée dans ce secteur ?

J'ai débuté ma carrière en 1998 en Banque d'affaires en Fusions et Acquisitions, on parlait bien sur déjà d'Internet et du numérique, mais c'était encore peu concret pour moi. Rapidement j'ai eu l'opportunité de rejoindre le Groupe Vivendi et là de façon beaucoup plus précise j'ai découvert une stratégie intégrant le monde numérique. J'ai notamment participé à l'acquisition d'une toute petite société Télécharger.com fondée par deux adolescents et cela m'avait beaucoup marqué, un nouveau monde se dessinait.

C'est un peu plus tard en 2009 lorsque j'ai rejoint Ventadis, le Pôle achat du groupe M6 (incluant Mistergooddeal.com) en tant que directeur financier que j'ai totalement plongé dans le monde numérique, avec notamment la complexité des problématiques E-commerce (les stratégies d'achat de mots clés, la concurrence frontale créée par les comparateurs en ligne..)

Nous avons depuis déménagé à la Silicon Valley en Californie et cela fait bientôt deux ans que je travaille en tant que directeur financier à temps partiel dans plusieurs startups du monde high tech/software et web/medias.

Comment définiriez-vous votre métier, les spécificités de votre secteur ?

Mon métier en tant que de directeur financier est d'aider les sociétés petites ou grandes à définir de façon précise leurs objectifs, de les modéliser et de mettre en place les moyens de mesurer le réalisé et de le comparer aux objectifs. L'idée est ainsi d'insuffler une culture 'chiffres' dans l'entreprise. Cela passe généralement par la mise en place de systèmes et process adapté selon les entreprises (De SAP/Hypérion pour les grandes à Quickbooks/Excel pour les plus petites structures)

Il y a bien entendu également la nécessité du respect de la réglementation.

Dans le secteur numérique, il y a généralement beaucoup plus de données et un environnement extrêmement changeant, cela astreint le financier à une réactivité encore plus forte et à construire des modèles adaptables rapidement.

***Considérez-vous qu'il y a une (des) différence(s) avec le secteur traditionnel ?
Lesquelles ?***

Définir le secteur numérique en opposition au secteur traditionnel est difficile. Tout est numérique aujourd'hui, de plus en plus.

Dans le secteur numérique, la rapidité est le maître mot, Par exemple les lancements de nouveaux produits sont beaucoup plus rapprochés et la visibilité sur le marché est généralement très réduite. Nous avons peu de projets qui s'étalent sur plus de quelques mois voir quelques semaines.

La difficulté est alors de permettre aux managers de 'modéliser' ces changements rapides tout en imposant une 'structure' afin de préserver une visibilité à moyen terme nécessaire au développement de toute entreprise.

Une des spécificités de ce secteur est également 'la nouveauté' des métiers et donc la carence en experts d'où peut-être plus de créativité pour le financier pour comprendre les évolutions du marché et leur modélisation

Que pensez-vous de la position des femmes dans votre industrie, vs « ancienne économie ».

Je ne suis pas sûre qu'il y ait beaucoup de différences pour les femmes. Le secteur numérique est encore constitué de beaucoup de startups et de moyennes entreprises, et beaucoup d'ingénieurs et cela n'est guère favorable aux femmes.

A Paris comme en Californie, il y a quelques vraies réussites féminines mais c'est un monde qui reste dominé par les hommes.

En arrivant en Californie, j'espérais découvrir un monde plus favorable à la réussite féminine. Ce n'est pas le cas. Le système scolaire et la culture 'kid centric' obligent une grande majorité de successful working girls à arrêter leur carrière avec le premier enfant. Les doubles carrières sont assez rares. Le livre 'Lean in ' de sheryl Sandberg a fait beaucoup de bruit car elle parle d'un sujet un tabou, l'ambition féminine et sa perception sociale négative.

Vous travaillez en Californie, pensez-vous qu'il y ait une différence avec la France dans cette industrie ?

Il y a beaucoup de différences entre la France et la Californie et elles ne sont pas particulièrement liées au secteur numérique. Je vais en citer simplement 2 qui m'ont beaucoup marquées :

La culture entrepreneuriale de cette région. Les 'meilleurs' considèrent que passer quelques années dans des grands groupes est un enrichissement y rester est du gâchis et donc à tout âge: 25, 30, 35, 40, 45 ans et plus ils repartent dans des startups et prennent le risque et cela est très valorisé socialement.

L'échec est aussi vécu comme quelque chose de très normal, voir positif. Je discutais récemment avec un Partner d'une firme de Venture Capitalists qui recherchait un patron pour une des startups de son portefeuille et le profil devait être un entrepreneur qui ait eu un ou deux échecs, car c'est là qu'on apprend le plus. J'avais entendu parler de ces différences culturelles, les vivre est un vrai chamboulement des valeurs acquises pendant des années et une remise en cause pas si simple à intégrer.

- **Candice Morissey (H.03), Responsable des partenariats Musique, YouTube EMEA**



Parcours musique et numérique

Comment es-tu entrée dans l'économie numérique ?

« J'ai toujours voulu travailler dans la culture » affirme Candice Morissey qui s'occupe aujourd'hui des partenariats musique chez Youtube pour la zone EMEA. Pendant HEC, elle obtient une maîtrise de cinéma, fait un stage au Louvre et la majeure Arts et Culture. Constatant que pour obtenir un poste d'envergure dans la culture en France, il fallait passer par l'administration publique, elle part travailler à la mission économique de San Francisco dans l'audiovisuel et les nouveaux medias. Cette expérience dans la Silicon Valley agit comme un révélateur : « On ne peut plus parler de culture sans parler de numérique. Aujourd'hui tout est à portée de main grâce aux nouvelles technologies : voir des films, écouter de la musique, visiter des musées en ligne, même si ça ne remplace le contact direct avec l'œuvre. » Pour Candice, c'est **LA grande tendance à ne pas rater**. Elle décide alors de travailler dans un secteur à la frontière entre le numérique et le culturel et entre dans une société de services de musiques en ligne, pour laquelle elle négocie les contrats avec les maisons de disque pour avoir la licence de leurs chansons. Elle part ensuite chez Youtube, toujours pour s'occuper des partenariats de contenus à Paris, puis à Londres.

Quelle est ton activité aujourd'hui ?

Aujourd'hui Candice travaille chez Youtube à Londres où elle s'occupe des partenariats avec les maisons de disque pour l'ensemble de la zone Europe-Asie-Moyen-Orient. Son activité comprend trois volets : la promotion des artistes, « comment gagner de l'argent sur Youtube » et la gestion des droits d'auteurs. Les nouvelles technologies ont fait évoluer la nature des droits d'auteurs : les ayants-droits envoient les fichiers de leurs œuvres à Youtube qui les compare avec l'intégralité des vidéos du site à la recherche de copies potentielles. Quand une ressemblance est repérée, les vidéos des utilisateurs sont (au choix de l'ayant-droit) soit interdites, soit laissées en ligne, avec en option de la

publicité, ce qui permet de conserver la vidéo (souvent d'un fan ou d'un amateur) tout en rétribuant l'ayant-droit original.

« C'est la meilleure façon pour moi de faire une carrière dans la culture au sens large. »

Y-a-t-il des spécificités pour les carrières des femmes dans l'économie numérique ?

Il faut distinguer les types de métier selon Candice. Dans les secteurs juridiques et commerciaux, les femmes sont aussi présentes que dans l'économie traditionnelle. *« Pour le type de métier des gens qui sortent d'HEC, ça ne change rien »*. Dans les métiers plus techniques : développeurs de logiciels, SSII, jeux vidéos, il y a encore aujourd'hui plus d'hommes ingénieurs. Néanmoins, dans les grandes entreprises qu'elle connaît, Google, Amazon, Microsoft, Apple, la parité est prise très au sérieux et fait l'objet d'un véritable effort.

As-tu des conseils à donner aux diplômées qui veulent se lancer dans l'économie numérique ?

Candice a deux conseils : dans un secteur en plein boom, qui évolue très vite il faut *« se tenir informé sur les nouveautés du secteur et utiliser et manipuler les produits. »*. Ceci est d'autant plus facile quand, comme elle, on est passionné : *« on est tous un peu geek dans ce secteur, très excités le développement de nouveaux produits ou de nouveaux usages. »*

Elle ajoute que travailler sur les nouvelles technologies suppose généralement de travailler **avec** les nouvelles technologies. **Il faut être flexible car tout va très vite, être capable de travailler de n'importe où**, sur n'importe quel support, à n'importe quelle heure. *« On est tous connectés en permanence. »* et c'est valable dans toutes les grosses entreprises du secteur. Pour elle, cela présente *« plus d'avantages que d'inconvénients, par exemple pour la gestion de la vie de famille. »*

Le mot qui revient le plus chez Candice ? La passion : passion pour la culture, passion pour le secteur des nouvelles technologies, son dynamisme et ses opportunités multiples, passion pour les nouveaux produits.

« C'est un domaine passionnant, car il est en forte croissance, avec beaucoup d'opportunités. Tout est plus rapide. Il y a de nombreuses innovations liées à l'accès à la culture et c'est loin d'être fini. »

- **Carole Walter (H.91), fondateur et CEO du groupe Nextedia, groupe de communication digitale coté en bourse sur NYSE Alternex d'Euronext Paris, et investisseur dans de nombreuses start-ups numériques.**



Crédit photo : Nextedia

Carole a créé Nextedia, un groupe de communication digitale. Elle est également investisseur dans diverses start-up digitales (MonsieurDrive, un comparateur de prix de supermarchés drive, E-plaque, un site qui permet d'immatriculer sa voiture en ligne, etc.).

En quelques mots, quel est ton parcours, comment es-tu arrivée dans ce secteur ?

Dès l'école, où j'ai créé sur le campus une société de formation à la microinformatique. Après un passage dans le Groupe Casino, j'ai rejoint Catalina Marketing, jeune filiale française d'un groupe américain gérant l'une des plus grandes bases de données commerciales au monde : leur terminal, relié à la caisse du détaillant, analysait tous les achats et imprimait in situ bons de réduction et messages ciblés pour le client. J'ai ensuite créé la société Come&Stay, visant à fidéliser le client par une analyse complète de son comportement grâce à une base de données mutualisée, devenue la première société d'e-mailing commercial. Puis nous avons lancé des bases thématiques, comme l'intentionniste auto, qui est encore la plus grande base de données d'acheteurs d'automobiles potentiels. Notre groupe a grandi, dans le data et le numérique, puis dans la communication digitale, jusqu'à former le Groupe Nextedia actuel.

Comment définis-tu les particularités de ton métier, les spécificités de ton secteur ?

J'ai trouvé fascinant de voir différents secteurs gagnés par le digital, et l'évolution des mentalités. Dans les années 2000, le voyage, puis les biens culturels ont été les premiers produits du e-commerce. Il était fréquent d'entendre alors, « je n'achèterai jamais de vêtements ou de chaussures sur internet, trop délicat ». On en est loin aujourd'hui, où la décoration et même l'alimentaire explosent. Et ça révolutionne tout un métier. Si on prend l'exemple de la grande distribution, cinquante années de savoir-faire distributeur et merchandising sont à repenser. La disposition des produits dans les magasins n'est pas transposable sur un site ; elle a été remplacée par d'autres critères de recherche, comme le prix ou la première lettre du nom des produits présentés alphabétiquement. Le bidon de 3 litres de lessive prend autant de place sur un site internet qu'une boîte de tic-tac. L'équivalent de têtes de gondole électroniques doit être créé. Les marques doivent repenser leur relation avec les distributeurs, alors même qu'ils n'ont pas accès au consommateur final, si ce n'est pas l'intermédiaire de comparateurs de prix comme MonsieurDrive.

Considères-tu qu'il y ait des différences avec le secteur traditionnel ? Lesquelles ?

La caractéristique des entreprises digitales est la vitesse du métier-cœur lui-même et pas uniquement de la réalisation des tâches (toutes les entreprises du secteur traditionnel connaissent également une révolution numérique, qui se manifeste notamment par une

accélération des cycles de production, de la logistique et de la communication interne ou avec leurs partenaires extérieurs).

Dans une entreprise uniquement digitale, c'est-à-dire dont le produit ou service est digital, la vitesse de renouvellement ou de changement des positions, des produits, des techniques est telle, qu'une fois l'idée de départ éclos, et la société structurée, il faut à nouveau évoluer et actualiser la valeur de l'entreprise en la modifiant parfois profondément. Il faut sans cesse se remettre en question, être à l'écoute, anticiper. Les collaborateurs qui nous rejoignent et viennent d'autres secteurs sont frappés par cette instabilité. Certains ne s'adaptent pas. Les cessions d'entreprises digitales sont souvent une bonne chose, en facilitant en particulier ces renaissances.

Que penses-tu de la position des femmes dans ton industrie, vs « ancienne économie ».

Je n'ai pas ressenti à titre personnel de différences liées au sexe. J'ai plutôt croisé moins de filles dans la distribution au début de ma carrière, que dans l'agence que je dirige aujourd'hui.

En revanche, j'ai constaté qu'à partir d'un certain niveau de management, une sensibilité technique est nécessaire, contrairement à d'autres industries où un bon manager n'a pas toujours à entrer dans le détail du métier. Le secteur du numérique (comme d'autres secteurs, tel que le conseil) se définit par une forte concentration intellectuelle. Il y a peu de main d'œuvre, de processus, d'administratif, de matériels. Ceci requiert un management adapté. Un manager d'entreprise digitale, s'il n'est pas technicien, doit avoir un attrait marqué pour la technologie et du répondant face à un directeur technique ou un créatif, s'il veut avoir le meilleur d'eux, et ne pas les voir s'étioler. Or, il y a moins de femmes dans les écoles d'ingénieur, il y a donc moins de femmes avec une formation ou une sensibilité technique développée.

- ***Entretien avec Pauline d'Orgeval (H.92), fondatrice de 1001listes.com et de deuxiemeavis.fr (en ligne au T4 2014), administratrice d'Evaneos.com et de Coachclub.com***



Diplômée d'HEC en 1992, Pauline crée 1001listes en 1999 :

« A l'époque il fallait absolument des showrooms physiques parce qu'internet n'inspirait pas confiance »... Depuis 1001listes a été racheté par TF1 puis par le groupe Galeries Lafayette et a fait le bonheur de plus de 60 000 couples !!

A une époque où internet n'était pas encore une évidence, Pauline en a fait le choix pour réaliser son rêve, ou plutôt ses deux rêves : « je voulais concilier un travail intéressant et ma vie de famille », « je m'étais mariée quelques années avant et je trouvais que la préparation du mariage avait besoin de retrouver une part de rêve ». Au départ en effet, l'idée et le concept sont nés « du constat d'un manque dans la vie réelle et internet a été un outil de développement : internet rendait possible et facile d'accès ce qui ne l'était pas sans ». Finalement 15 ans après c'est toujours le cas : « deuxiemeavis.fr permettra de rendre simple par internet ce qui ne l'est pas sans. Internet est un secteur passionnant parce qu'il est innovant ; c'est un moyen pour changer notre façon d'aborder la vie ».

Pour ce qui est de concilier travail intéressant et vie de famille, Pauline concède que « finalement, j'ai probablement travaillé beaucoup plus que si j'avais été salariée » mais « dans les start-ups, le sujet homme / femme n'est pas/plus un sujet, il n'y a pas de cadre, pas de hiérarchie. L'organisation est plus simple, certes avec parfois plus de travail, mais c'est une industrie jeune dans laquelle il n'y a pas le poids de l'histoire, pas de plafond de verre. Par ailleurs, c'est un secteur qui va très vite, dans lequel on n'a pas le droit de se tromper ; donc il est très important d'avoir une bonne mixité générationnelle et de genre afin d'être réactif ».

Certes l'industrie numérique devient de plus en plus technique et on rencontre moins de femmes dans ces métiers, mais c'est un secteur dans lequel « on peut grandir et grossir progressivement en mesurant en permanence le retour sur investissement, c'est rassurant lorsque l'on entreprend. Il ne faut pas hésiter à saisir les opportunités ! C'est un secteur qui a démarré dans la parité, il n'y a pas de raison que ça change !»

Pauline est associée avec Catherine Franc (H.93) et Prune Nercy (H.10) pour deuxiemeavis.fr ! A suivre donc...

Regard sur l'entrepreneuriat au Féminin

Ya t'il - encore - un entrepreneuriat du numérique ? Dans un monde entièrement digitalisé, le numérique fait partie de toutes les équations. Si en tant que vecteur de distribution, nombre de brillantes HEC ont tenté l'aventure du e-commerce - citons **Alix Poulet (H.07)** et son site e-citizen.com pour les produits éco-responsables - d'autres explorent le monde des applications mobiles telles que **Laetitia Fouquet-Carpinelli (H.91)** qui crée Dr Sport, et met le conseil médical dans la poche de tous les sportifs. Plus technique, **Céline Lazorthes (M.08)**, fondatrice de leetchi.com s'attaque depuis peu aux systèmes de paiement en ligne pour marketplaces en lançant Mangopay.

Il reste paradoxalement plaisant de constater que certaines des plus belles réussites du numérique peuvent aussi être les moins techniques. **Céline Orjubin (H.06)**, directrice et associée de l'aventure Mylittleparis - où il est question de simples e-mails reçus dans nos boîtes - a pourtant révolutionné notre approche du loisir de proximité. Preuve s'il en est qu'il n'est pas nécessaire d'avoir passé son adolescence à démonter des Ataris ST pour innover dans le numérique.

Autour de ces jeunes femmes gravitent de grandes dames aux rôles éclairants et encadrants. C'est le cas de **Sandrine Murcia (M.97)**, co-fondatrice de Spring Lab, ancienne directrice marketing Europe du Sud de Google, et qui a présidé pendant trois ans Silicon Sentier, le premier cluster d'entreprises innovantes de la Région Ile-de-France.

Dans cette chronique - sûrement déjà d'un autre temps - je conclus en faisant entendre la voix de **Shiva Shaffii (H.03)**. Elle n'a pas plusieurs bras, mais on dirait bien. Sa boîte, qui n'a de petit que la bête qui la désigne - www.laptitebete.com - va faire entrer le numérique jusque dans les vêtements de vos enfants. Cela s'appelle des vêtements d'éveil. La révolution numérique avance - silencieuse - à quatre pattes, cachée sous des coccinelles d'éveil.

Restez connectées !

Hanane El Jamali (M.03)

Nouvelles d'ailleurs

Nouvelles de Londres par **Karine Lisbonne (H.04)** et **Emmanuelle Hazem (M.01)** du groupe HEC Au Féminin de Londres –

HEC au Féminin UK will celebrate its 4 years anniversary with a special event on 22 May in the new venue Aubaine restaurant in Marylebone, privatised especially for us for a dining cocktail and a Veuve Cliquot champagne tasting. It will be a great opportunity to gather, network and celebrate together with all our alumni in London!

Le 3 Juin au Rainmaking Loft :

Next Start-Up Pitching Night organisée par HEC Ventures UK en partenariat avec x UK et Centrale UK.

Envoyées spéciales : Compte-rendus d'événements HEC Au Féminin et autres événements

Conférence du G9+ du 24 Mars 2014 : « 2020, Où vont les entreprises françaises du Numérique ? ».

L'institut du G9+ est un Think Tank qui regroupe les clubs et commissions de 18 Grandes Ecoles françaises (HEC, ESSEC, ESCP Europe, Centrale, Ponts, Arts & Métiers,...) organisait une conférence autour de l'avenir et des enjeux du Numérique pour les entreprises françaises.

Plus de 200 cadres et dirigeants participaient à cet événement animé par des intervenants de 1^{er} plan dont Gilles RIGAL / Directeur Associé d'APAX Partners, Jean Christophe Lalanne / DSI Air France KLM, et Cécile Dubarry / Chef du Service TIC à la DGCIS.

Dans une ambiance conviviale, les intervenants ont partagé leurs expériences et conseils autour de deux thèmes principaux :

L'évolution de l'industrie du Numérique depuis 2008 :

- Les CA consolidés du « GAFA » (Google, Apple, Facebook et Amazon) représentaient 73 milliards \$ en 2008, et représentent aujourd'hui plus de 300 milliards \$,
- Les réseaux sociaux sont désormais incontournables (Facebook, LinkedIn, Twitter), et les entreprises – traditionnelles ou numériques- se doivent d'y être présentes tant pour leur image (interaction avec les clients finaux, communication de crise), que pour la promotion de leurs produits et services,
- Le Cloud et l'analyse des Big Datas constituent aujourd'hui des enjeux majeurs pour les entreprises, tant d'un point de vue marketing que commercial. Ces informations permettent désormais aux entreprises d'analyser finement les attentes et profils de leurs clients / consommateurs potentiels en vue de concevoir et proposer des approches marketing et des produits ciblés,

Les enjeux du Numérique d'ici 2020 :

- Evolution des réglementations concernant l'authentification des datas des clients et consommateurs,
- Cyber-sécurité : respect de la vie privée et protection des données personnelles sur les sites et réseaux sociaux,
- Problématiques liées à l'éducation : comment faire entrer le Numérique de façon systématique dans les programmes scolaires dès le plus jeune âge.

A noter : l'Institut du G9+ vient de publier un Livre Blanc prospectif sur les entreprises françaises du Numérique. Ce livre blanc et ses 11 recommandations sont disponibles en libre accès sur le site du G9+ : <http://www.g9plus.org/interface/2014-03-22-numerique2020.pdf>

Forum Elle Active du 4 avril – « Réinvention l'ambition des femmes »

Le magazine rassemblait ce 4 avril des experts tous azimuts, autour du thème « Réinventons l'ambition des femmes ». 2 objectifs : d'abord, tenter de comprendre les freins et inégalités au travail. Ensuite, apporter des solutions concrètes pour booster la carrière au féminin (à noter, l'énorme succès de l'atelier « réussir son auto-promotion »). Un temps fort et animé des conférences: là où l'enquête IPSOS soulignait une auto-censure persistante des femmes, du fait de Croyances Limitantes (la balle dans le camp

des femmes ?), le philosophe V. Cespedes crie aux Réalités Limitantes entretenues cyniquement par les hommes (la balle dans le camp des hommes ?). Puis des témoignages de couples à double carrière nous ont donné des exemples réussis (la balle dans le camp des couples qui partagent ?). Enfin, Najat Vallaud Belkacem a réaffirmé son ambition politique sur l'égalité hommes-femmes (la balle dans le camp des Pouvoirs Publics ?). Force est de conclure que la partie sera réussie grâce à la mobilisation de tous les acteurs s'ils sont bons joueurs...

3ème conférence du cycle « Réinventer l'Entreprise » (HEC Au Féminin, le Pôle Développement Durable et le Groupement Management & Ressources Humaines) - 19 Mars 2014 -

Savoir-être et savoir-faire du dirigeant du 21ème siècle

Le monde devient de plus en plus complexe : conduire une entreprise également. Rencontre avec 3 dirigeants qui partagent avec nous leur approche spécifique. Pour **Didier Douziah** (créateur du modèle "Manager 21) diriger c'est posséder une connaissance « à 3 dimensions, et en 7 points » :

- Maîtriser sa fonction
- Savoir conduire le changement
- Être en réseau
- Montrer du leadership
- Avoir une excellente communication interpersonnelle
- Faire preuve de 6è sens
- Assurer une performance globale

Michel Hervé dirige depuis 40 ans le Groupe Hervé, où la hiérarchie n'est pas pyramidale, mais concentrique : en cercle externe le Chargé de Client qui fixe ses propres objectifs, l'encadrement est là pour faciliter, catalyser, servir de médiateur, et l'unité centrale fonctionne comme un Conseil de Surveillance.

Enfin, pour **Hubert Jaoui** (dirigeant de Gimca), la créativité est la solution et propose son modèle Creaflex :

- Considérer que tout problème a AU MINIMA 2 solutions
- Rechercher les points positifs de toute situation problématique
- Accueillir les propositions nouvelles en prenant, au moins dans un premier temps, une posture « d'Avocat de l'Ange ».

Pour un savoir plus, "*Nous sommes tous créatifs*" aux Éditions Ideo Eds d'Hubert Jaoui

Les prochains événements HEC Au Féminin

N'oubliez pas de consulter l'agenda des événements (ateliers et conférences) sur le site de www.hecalumni.fr sur le mur [HEC Au Féminin](#)

TRAJECTOIRES 2014 !

Créé en 2007, le Prix Trajectoires HEC Au Féminin a pour vocation de **mettre en lumière les parcours des femmes HEC**. Au-delà d'un modèle unique de réussite, il vise à **éclairer la diversité des voies de succès des femmes**, au sein d'entreprises, grandes ou petites, du secteur privé ou public, dans l'entrepreneuriat, le haut management ou la gouvernance. **La 8^{ème} édition a lieu le 20 mai prochain**, inscrivez-vous !

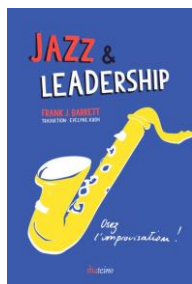
Les autres événements

Save the date : Petit déjeuner GEF Le 25 juin 2014 à 8h30 au Cercle de l'Union Interalliée, sur le thème "Entrepreneuses". Les invitées seront : Yseulys Costes (1000mercis), C Lazorthes (Lieetchi.com) et A Poilane (Poilane).

Livres, revues, films, séries et autres documents

- **Les Livres :**

« **Jazz et leadership** », de John Barrett, et traduit par notre camarade Evelyne Kuoh (H.84)



Dans ce livre publié à l'origine en anglais par Harvard Business Press Review, Frank Barrett nous invite à tirer les leçons surprenantes de leadership que nous enseignent **Duke Ellington ou Miles Davis** : se rendre réceptif à la complexité et aux changements de son environnement, quitte à **déconstruire son organisation sans plans scénarisés** ni filets de sécurité. À l'instar des joueurs de jazz talentueux, les leaders doivent **maîtriser l'art de désapprendre**, interpréter et expérimenter simultanément des solutions inédites, ce qu'ont par exemple fait **Steve Jobs**, ou encore **Eiji Toyoda**, ex PDG de Toyota. En bref, ils doivent développer une stratégie d'improvisation. En vente sur le site des **Editions Diateno**. Le livre est en vente sur le site de Diateno (offre de lancement jusqu'au 17 avril) : <http://www.diateno.com/fr/94-jazz-et-leadership-9782354561994.html>

« **Elles ont réussi dans le digital** », de Marie Deffrenes, éditions Kawa
... Success stories à l'usage des hommes aussi !

Asos, Leetchi, Zilok, Pinterest, Twitter, PriceMinister, LinkedIn... Ces marques nées il y a quelques années sont désormais des leaders de l'économie numérique. Leurs résultats de croissance à deux chiffres font les unes de la presse, mais alors qu'on encense Bill Gates, Steve Jobs, Mark Zuckerberg et plus près de nous, Pierre Kosciusko-

Morizet, Xavier Niel ou Marc Simoncini, connaît-on seulement leurs homologues féminins?

Marine Deffrennes (directrice de la rédaction de Terrafemina.com, le site d'actu qui informe et booste la carrière des femmes) a rencontré ces nouveaux « roles models » pour les rendre plus visibles et en inspirer d'autres : patronnes de grandes entreprises (comme **Delphine Ernotte**, DG de Orange, ou **Lubomira Rochet**, DGA de Valtech), des femmes dédiées à la création d'entreprise et à l'aide aux start-up (**Alice Zagury**, fondatrice du Camping, **Roxane Varza** qui après avoir édité TechCrunch en français, travaille maintenant dans le programme start-up de Microsoft), des femmes exceptionnelles comme **Stéphanie Tramichet**, qui après avoir dirigé Etsy France, a récemment pris la tête de Pinterest France. Des Françaises qui brillent à l'étranger comme **Nathalie Gaveau** (PriceMinister puis Shopcade) ou **Maëlle Gavet** (PDG d'Ozon Russie)

À travers des portraits, des interviews et des tribunes, Marine Deffrennes a cherché à faire ressortir la personnalité de chacune, à comprendre les recettes de leur succès, et comment elles se sont approprié le digital pour créer, entreprendre et réussir.

Disponible sur <http://www.editions-kawa.com/home/64-tout-savoir-sur-elles-ont-reussi-dans-le-digital.html>

Elles bougent

Tous les moyens de l'esprit sont enfermés dans le langage, et qui n'a point réfléchi sur le langage n'a point réfléchi du tout." Alain, Propos sur l'éducation.

Les titres de nos camarades sont désormais systématiquement féminisés.

Elles ont changé de poste dans les derniers mois, nous vous le disons avec :

<http://www.nomination.fr/accueil.php>

L'équipe de la LettreMag a besoin de renfort !

Vous avez envie de prendre la plume sur les sujets qui vous passionnent ? Vous voulez partager avec une équipe de rédactrices de tous les âges ? Vous voulez interviewer des experts reconnus ou de grandes professionnelles ? **Rejoignez la LettreMag !**

Nous nous réunissons lors d'une conférence de rédaction le samedi matin tous les 3 mois pour préparer le prochain numéro. **Pour participer et connaître la date de la prochaine réunion, contactez nathalie.halna-du-fretay@mailhec.com**

Pour que les hommes aient envie de lire la LettreMag = **Pensez à envoyer le Lettre Mag HEC Au Féminin à 5 hommes autour de vous !**

Incitez-les à s'abonner : envoyer un mail à Hec-au-feminin@mailhec.com : je souhaite recevoir la Lettre Mag HEC Au Féminin.

Appel à témoignages : Nos prochains numéros, aidez-nous à les construire !

- **Numéro 56 : Ces femmes qui ont fait carrière à l'étranger**

Appel à Partenariat :

- **Appel auprès de partenaires :** Vous avez envie de contribuer d'une manière ou d'une autre au rayonnement de HEC Au Féminin. Les événements sont un de nos axes forts mais nous avons toujours besoin de salles pour les accueillir. Si vous pouvez mettre à disposition une salle, de toute taille, et à titre gracieux, merci de prendre contact auprès de Evelyne Kuoh (evelyne.kuoh@mailhec.com).

Appel au bénévolat :

- **HEC Bénévolat** est un lieu d'échange et de services pour les bénévoles HEC de tous âges. Ensemble, ils développeront l'image de solidarité des HEC à l'intérieur et l'extérieur de l'association à travers la Bourse du bénévolat, le Club des présidents d'association, le groupe « Fundraising », la coopération avec les groupes professionnels, etc. Nous tenons une permanence à l'Association, tous les jours de 10 h à 12 h. Nous y recevons les camarades en recherche d'activité bénévole. Prise de rendez-vous par téléphone au 01 53 77 23 33.

Appel au don :

- Il y a 40 ans, les premières femmes faisaient leur entrée sur le campus d'HEC et représentaient alors 10% de la promotion. Aujourd'hui, notre école peut être fière d'accueillir en moyenne 48% d'étudiantes chaque année. Depuis la création du Prix Trajectoires, les parcours de 40 femmes ont été mis en lumière. A l'occasion de cet anniversaire, HEC au féminin et la Fondation HEC lancent un don collectif afin de financer les 3 années d'étude d'une élève boursière de la Grande Ecole. Ce sera une manifestation forte des valeurs de transmission et de solidarité inter-générationnelle qui se sont exprimées souvent chez HEC au Féminin.

L'objectif est de collecter 36 000 € d'ici à mi-mai ! Nous comptons sur votre participation pour financer ce beau projet !

<https://www.helloasso.com/associations/fondation-hec/collectes/40-ans-de-femmes-a-hec>

Et prochainement, dans la Lettre Mag :

- **Le business autrement : développement durable, entrepreneuriat social...**
- **Changement de trajectoire professionnelle : je change de job/de métiers / de parcours – comment je fais ?**
- **Le regard des étudiantes et jeunes femmes HEC (5 ans après la sortie) sur le monde professionnel**

Racontez-vous pourquoi et comment ! Envoyez-nous vos témoignages à nathalie.halna-du-fretay@mailhec.com

Vos témoignages restent anonymes si vous le souhaitez. Et si vous avez envie que nous traitions un thème en particulier, si vous voulez réagir à un de nos articles, envoyez-nous vos suggestions et témoignages à la même adresse. La rédaction sera ravie de donner encore plus la parole à ses lectrices et lecteurs.

=====

Pour recevoir la Lettre-Mag HEC Au Féminin, il faut mettre à jour vos coordonnées soit [directement sur le nouveau site de notre Association](#) (une fois identifiées, cliquez sur « Mon Espace » puis allez dans les rubriques « Mon Profil » et « Mon Compte ») ou par email à annuaire@hecalumni.fr ou auprès d'Annick Drouet tél 01 53 77 23 31 / annick.drouet@hecalumni.fr

Messieurs, si vous souhaitez recevoir la Lettre-Mag HEC Au Féminin, prenez contact avec HEC Au Féminin : hec-au-feminin@mailhec.com.