



# les femmes

ICI ET  
AILLEURS

LE MAGAZINE  
DES FEMMES EN ACTION #27 | SEPTEMBRE-OCTOBRE 2018

FRANCE

LES BONNES  
FÉES DE  
SAINT-GEORGES

ALLEMAGNE

TRAVAIL ET  
MATERNITÉ :  
LE MAL DE(S) MÈRES

RENCONTRE AVEC

HELEN PANKHURST  
CÉLÉBRER L'HISTOIRE  
POUR AGIR AU PRÉSENT



## GENTLEWOMAN DU DÉMÉNAGEMENT

Une *gentlewoman* à la tête des Gentlemen du déménagement ! Le groupement d'entreprises, qui fédère 1200 personnes et 800 camions a choisi de nommer présidente la seule femme à siéger à son conseil d'administration : Frédérique Dorso. Élevée dans la société de déménagement créée par ses parents, elle avait pourtant d'autres projets en quittant les bancs de la fac d'histoire de l'art. Comme être styliste, par exemple, ce qu'elle a été pendant huit ans... avec des bureaux installés dans ceux de l'entreprise familiale, qu'elle finit par intégrer en 1994. « Il est moins flatteur de travailler dans le secteur du déménagement que de dire qu'on est dans la mode », reconnaît-elle. Mais elle trouve toujours à exercer sa créativité et à innover. En 2012, Frédérique Dorso reprend la société fondée par ses parents. « Pour moi, rien n'a changé à ce moment-là. Je me suis juste sentie plus seule et je me suis dit : il faut que ça marche ! » Et c'est le cas. « Sans le savoir, je me suis occupée de ce qui allait devenir l'avenir de la société : le déménagement d'entreprises, notamment dans le secteur bancaire. » Elle opte également pour un positionnement haut de gamme et se spécialise en particulier dans le stockage d'œuvres d'art (on ne se refait pas !). Son engagement au sein du groupement, elle le juge « tellement naturel ». D'autant que la profession change. « Il y a encore peu de femmes déménageuses : ce métier exige tout de même de la force physique... sauf pour l'emballage. Et là, on voit apparaître des femmes », se réjouit-elle. La parité n'est pas pour demain, mais l'approche des client·e·s évolue. Et sans doute les entreprises de déménagement verront-elles un intérêt à diversifier leurs profils. « Nous devons être très à l'écoute de nos client·e·s qui sont souvent stressé·e·s et angoissé·e·s face à la perspective de déménager. »

Anne Joly

En partenariat avec



## ÉPICIÈRE EN CAMPAGNE

À l'approche de la quarantaine, Virginie Hils s'est demandé quel sens donner à sa vie professionnelle. Après quinze ans de marketing dans l'agroalimentaire et la grande distribution, cette diplômée d'école de commerce s'est attaquée à la résolution d'une équation où « épicerie de campagne » devait rimer avec « possible ». C'est ainsi qu'est né Comptoir de campagne. Cette entreprise solidaire d'utilité sociale réinvente le commerce de proximité avec des boutiques où l'on trouve des produits locaux et toute une batterie de services : banque, assurance, Poste, SNCF et une offre de conciergerie (pressing, cordonnerie...) proposée par des professionnel·le·s du coin, ainsi qu'un espace de e-services et un autre de petite restauration. « Nous avons décidé de prendre le meilleur du réel et du connecté », explique Virginie Hils.

Comptoir de campagne représente déjà quatre points de vente et une boutique en ligne, soit une vingtaine d'emplois. Après avoir consolidé le modèle économique, sa fondatrice a le projet de créer un réseau de franchise, tout en enrichissant son offre.



« Nous réfléchissons à la façon de devenir un relais des services de santé », explique celle qui veut ramener commerce et services au cœur des villages, mais aussi dynamiser l'économie locale, renforcer le lien social, créer des emplois et sensibiliser les habitant·e·s à

l'engagement sur leur territoire. « Aujourd'hui, c'est le sens qui me porte. Je me conçois comme une entrepreneure sociale. » Virginie Hils a découvert qu'elle est une défricheuse plus qu'une gestionnaire. Certes, elle a encore beaucoup à faire pour consolider Comptoir de campagne — « Je ne suis pas près de partir », glisse-t-elle —, mais il y a fort à parier qu'elle ne s'arrêtera pas

A. J.



## LIGNES DIRECTRICES

Avoir des convictions, mais se méfier des certitudes. S'il devait y avoir un fil rouge dans le parcours de Christelle Olivé, ce serait peut-être celui-là. À son père qui lui propose d'intégrer la société familiale, l'ingénieure fraîchement diplômée en 1994 de l'École spéciale des travaux publics, du bâtiment et de l'industrie (ESTP-Paris), répond : « Jamais ! » Quatre ans plus tard, elle devient adjointe de direction d'une des nouvelles filiales de la société pilotée par son père, AxonCable. L'entreprise est spécialisée dans les systèmes de câblage de très haute technologie. Le métier lui plaît. En 2001, son père tombe malade. « Aujourd'hui, il est en pleine forme et travaille encore dans l'entreprise », sourit-elle. Entre-temps, Christelle Olivé a rejoint le siège, dans la Marne, et prend la direction générale à ses côtés en 2007. « On m'a dit : "ça ne marchera pas." Résultat : j'ai toujours autant de plaisir à travailler avec mon père », observe-t-elle. Et toujours autant de plaisir à développer les multiples applications de ce savoir-faire de pointe : dans l'aéronautique (Airbus), le spatial (Ariane), la santé (le cœur artificiel), la recherche... La société compte aujourd'hui 2 200 salarié-e-s, dont la moitié en France, et dix-huit filiales sur tous les continents. « Nous sommes convaincu-e-s que chacun et chacune peut développer un esprit d'innovation », souligne-t-elle. Pour le favoriser, AxonCable a ouvert un *fablab* dans ses locaux où les salarié-e-s et leur famille peuvent utiliser du matériel professionnel pour imaginer et fabriquer librement. « De nombreuses idées nouvelles ont émergé ainsi », se félicite Christelle Olivé. Autre valeur d'AxonCable : la mixité. Les effectifs comptent 50 % de femmes. « L'entreprise a besoin de profils et de parcours différents. Les femmes se mettent souvent moins en avant. Il faut simplement qu'elles osent pousser des portes ; ces portes sont entre-ouvertes et il y en a beaucoup ! », estime celle qui a reçu le trophée coup de cœur national de l'association Femmes chefs d'entreprise en 2018. Sandrine Boucher

**Femmes chefs d'entreprise** (FCE France) est une association interprofessionnelle qui s'appuie sur un réseau de 48 délégations et regroupe plus de 2 000 membres. Son slogan : « Seules nous sommes invisibles, ensemble, nous sommes invincibles ». Pour en savoir plus : [www.fcefrance.com](http://www.fcefrance.com)

## LE CAFÉ, DE LA TERRE À LA TASSE

Elle s'excuse d'être intarissable quand elle parle du café, du point exact de cuisson du grain, lorsque les arômes sont les plus forts, juste avant de basculer dans l'amertume. « Chaque café a son propre chemin », résume-t-elle. Celui de Guillemette Quenaud a commencé par des études et un premier emploi dans l'industrie pharmaceutique, avant de prendre le large vers le vaste monde du café. Pas tout à fait par hasard. Elle travaillait de temps à autre aux côtés de sa mère, salariée d'une boutique de torréfacteur à Bourg-en-Bresse, dans l'Ain. « La transmission du métier s'est faite de mère en fille, sur le tas : il n'existait pas alors de formation dans ce domaine. » En 2007, le propriétaire leur propose de reprendre l'activité. Une marque de confiance, mais aussi un défi : « Nous devons être à la hauteur des attentes. Nous ne pouvions changer qu'en mieux. » L'enseigne prend le nom de *CôThé Café*, garde les machines, son propre réseau d'approvisionnement, et bien sûr son savoir-faire. « Tout se mesure à l'œil, au bruit, à la couleur. »

Guillemette Quenaud ne se contente pas de maîtriser son art, de conseiller ses client-e-s, d'animer son équipe de trois salariées. « J'ai besoin de comprendre le produit, de la terre jusqu'à la tasse. » Côté terre, elle se rend régulièrement sur place, auprès de celles et ceux qui cultivent. Avec l'association *Torréfacteurs traditions France*, un réseau d'artisan-e-s indépendant-e-s, elle s'engage chaque année sur un volume, un prix et paye à l'avance les paysan-ne-s du Pérou qui la fournissent. Elle cherche aussi à développer une filière solidaire avec des productrices mexicaines. Côté tasse, Guillemette Quenaud a suivi une formation de *barista* pour faire couler le meilleur nectar du grain. « La torréfaction est un métier très masculin, mais c'est en dehors de la profession que j'ai senti des freins. Il est important de se serrer les coudes entre cheffes d'entreprise, d'être fières de ce que nous faisons et de servir d'exemple. » S.B.



ELLES ONT ÉCRIT  
L'HISTOIRE



## ARETHA FRANKLIN

(1942 - 2018)

R.E.S.P.E.C.T.

La voix profonde et bouleversante d'Aretha Franklin a résonné pour la première fois entre les murs l'église de Détroit, dans la chorale de son père. C'est là qu'elle a enregistré son premier album : elle n'avait que quatorze ans. L'interprète éternelle de *I Say a Little Prayer* et *A Natural Woman* aura insufflé son énergie unique pendant six décennies dans des textes engagés et puissants. Tout au long de sa carrière, elle vendra plus de soixante-quinze millions de disques et remportera dix-huit *Grammy Awards*. Activiste pour les droits civiques et militante dans la lutte pour l'égalité des sexes, elle fera en 1967 du titre *Respect* d'Otis Redding, un véritable hymne féministe.

Amie de Martin Luther King, avec qui elle effectuera une tournée à l'âge de seize ans, elle saura émouvoir la planète entière en chantant lors de ses funérailles, en 1968. Quarante et un ans plus tard, c'est elle qui montera à la tribune, devant deux millions de personnes réunies au Capitole, pour entonner un air patriotique, lors de l'investiture de Barack Obama, premier président afro-américain des États-Unis. Lady Soul s'est éteinte le 16 août 2018. ■

Les Éditions du  
**8mars**

[www.editions-8mars.com](http://www.editions-8mars.com)

Bimestriel vendu  
sur abonnement 9,90 € TTC  
l'unité