



Rudi Vervoort, ministre-président de la Région bruxelloise, et Cécile Jodogne, secrétaire d'Etat chargée du Commerce extérieur, sont reçus, avec une partie de la délégation, au Washington City Hall par Julia E. Hudson, Deputy Secretary du district de Columbia.

Brussels Days à New York

ETRE FEMME ET RÉUSSIR AUX ETATS-UNIS

L'avenir appartient-il aux femmes ? Paris Match est allé à la rencontre des businesswomen belges lors de la mission économique et culturelle menée par Cécile Jodogne, secrétaire d'Etat en charge du Commerce extérieur, et Rudi Vervoort, ministre-président de la Région bruxelloise.

De notre envoyée spéciale **Emmanuelle Jowa**

Elles sont belges, expertes dans leurs domaines – des taxes au chocolat en passant par la mode, l'économie ou les nouvelles technologies. Elles sont parties à la conquête de New York et du marché américain. Les unes cherchent à y imposer ou renforcer une présence. Les autres sont américaines et travaillent avec la Belgique.

Rockefeller Center, au cœur de Manhattan. Le flagship store de Godiva

est occupé par les médias. La collection décadente «Wonderful City Dream» du chef belge Thierry Muret est présentée au beau monde. Cécile Jodogne rappelle le poids du chocolat belge – l'or marron et blanc – aux Etats-Unis. La production est majoritairement destinée à l'exportation, qui a quadruplé en moins de dix ans. L'activité chocolatière est un fleuron de l'agroalimentaire au Plat Pays, où elle caracole en troisième position, der-

rière la viande et le lait.

En ambassadrice de choc et de charme pour le label belge, **Carmen Chiu**, d'origine chinoise, fraîchement nommée responsable de la communication (head of global corporate communications) de Godiva Monde. La marque appartient depuis 2008 au groupe turc Yildiz Holding, mais la compagnie iconique maintient l'héritage belge et son identité. Cette surdouée du marketing nous explique que Godiva compte, dans son management, une proportion honorable de femmes. En exemple idéal, on y trouve, en tête de gondole si l'on ose dire, une autre femme, la CEO (chief executive officer, directeur général) Annie Young-Scriver, qui a pris ses fonctions en septembre 2017. Elle a figuré dans un classement Forbes parmi les dix CMO (communication marketing officer) les mieux payés d'Amérique. Carmen Chiu croit fermement que le leadership chez les femmes est une question de confiance et de choix et elle est fière, dit-elle, de constater que la Chine compte de plus en plus de femmes entrepreneurs. Elles se sont construites

LA TORNADE #METOO

Lorsque nous évoquons la tendance #MeToo et le politiquement correct censé régir depuis des lustres les rapports entre genres dans les entreprises américaines, nous obtenons un cri du cœur : la situation est, selon les femmes belges et françaises du réseau She for S.H.E. (lire par ailleurs dans le texte principal), devenue stressante. Les unes évoquent un époux à qui on a fait signer une sorte de pacte de non-agression du beau sexe dans telle ou telle entreprise ; d'autres racontent la condition misérable de certains célibataires européens, débarquant en toute candeur et se trouvant confrontés à un terrain miné. « L'influence de figures médiatiques comme Michelle Obama ou Emma Watson jouent également un rôle important », précise Valérie-Anne Demulier. « Les stars qui se manifestent en dénonçant ces comportements inacceptables permettent à d'autres femmes d'oser prendre la parole. Les marches féministes organisées à travers le pays sont aussi des preuves de la solidarité. Le contexte politique actuel, suite à l'élection de Trump, a créé une réaction assez forte de la part des milieux féminins/féministes, notamment à New York, qui est démocrate. »



« Les stars (ici Emma Watson) qui se manifestent en dénonçant ces comportements inacceptables permettent à d'autres femmes d'oser prendre la parole. »

à la force du poignet, sans excès de «show-off» et en maintenant un équilibre relatif entre travail assidu (ce n'est pas un mot galvaudé dans l'Empire du Milieu) et vie privée.

Autre contexte, autres rencontres. Nous sommes dans le Garment District, au coin de Broadway et de la 40^e rue. Y sont dévoilés les résultats de l'Ice Box Challenge, une installation artistique et architecturale réalisée pour les Brussels Days. L'objectif : comparer la fonte de glace dans deux grandes boîtes, l'une construite en mode passif, «super-insulated», l'autre selon des standards classiques. Le challenge qui dure depuis plusieurs semaines a permis au public de se prononcer sur la quantité de glace qui demeurerait dans chaque boîte lors du bouclage. Une façon ludique de célébrer ce point commun étonnant partagé par Bruxelles et New York : un sens du développement durable qui se manifeste notamment dans la multiplication de buildings passifs.

Nous y croisons **Michela Ritondo**, international tax expert pour la cellule «fiscalité des investissements étrangers» au service public fédéral Finances. Son rôle est de promouvoir les incitants fiscaux belges pour attirer des sociétés étrangères en Belgique et, dans ce cas particulier, des sociétés américaines à Bruxelles. « Bruxelles est bien située au cœur de l'Union », rappelle cette Belge d'origine italienne. « Elle dispose d'un écosystème international et d'une infrastructure qui facilitent l'implantation de sociétés étrangères. »

Sunita Van Heers est ingénieur-architecte et business development and sales manager à 3E, un bureau d'études bruxellois spécialisé dans l'amélioration

des performances énergétiques et la durabilité. Cette trentenaire pétillante, originaire du Limbourg, préside la chambre des jeunes du Voka Metropolitan, l'Union des entreprises néerlandophones. Elle estime que Bruxelles est «le terrain parfait pour les jeunes entrepreneurs», tout en rappelant en substance que le développement d'un bon réseau de transports en commun est la clé d'une attractivité qui tienne la route. Comme d'autres, Sunita évoque cette

EN MATIÈRE DE RESPECT DE LA FEMME, INNA NOUS EXPLIQUE QUE SON ÉPOUX EST MIS À RUDE ÉPREUVE DANS LA GRANDE BANQUE OÙ IL TRAVAILLE. « ILS APPRENNENT LES LIMITES PRÉCISES À NE PAS FRANCHIR : PAS DE REMARQUES, NI DE COMPLIMENTS »

volonté d'en découdre, ces obstacles qui se dressent pour les femmes. Nous la voyons en coulisses d'une conférence autour de l'éco-construction, de Bruxelles à New York. Derrière ces murs épais où se tient la présentation, New York bourdonne.

La délégation compte une série de femmes entrepreneurs. Des profils affirmés pour la plupart et qui pâtissent peut-être moins que d'autres du sexisme ambiant dans la gestion des tâches ou le respect des normes salariales. Les femmes qui participent à ce type de déplacement sont déjà actives à l'exportation, ce qui signifie globalement qu'elles ont déjà franchi certains caps compliqués et se sont affirmées sur leur territoire, nous confirme en substance

Bénédicte Wilders, directrice de Bruxelles Invest & Export (intégré depuis le 1^{er} janvier à hub.brussels). C'est une femme brillante, élégante, qui compte déjà nombre de missions économiques – notamment princières – à son actif. La question des différences salariales reste un point d'attention, mais c'est surtout l'accès difficile au financement et la pénurie de «role models» ou de réseautage qui freinent l'entrepreneuriat féminin, reconnaît Bénédicte Wilders, qui rappelle par ailleurs l'intérêt du couple royal belge pour le statut de la femme et ses performances. « J'ai été invitée au palais de Laeken par le Roi et la Reine lors de la Journée de la femme, en mars dernier. Ils avaient convié une douzaine de représentantes des domaines associatif, économique, culturel, sportif, social, etc. Nous avons beaucoup parlé de la façon dont les filles atteignent le leadership. »

Inna Droznik est senior trade analyst. Elle est américaine, formée au Collège d'Europe à Bruges. Son français est parfait. Elle travaille au hub.brussels, situé au sein du consulat général de Belgique à New York. Avec Kathlijn Fruithof, attachée économique et commerciale, elle guide et encadre les entrepreneurs bruxellois qui comptent exporter aux Etats-Unis ou y appuyer une activité. Leur objectif est aussi d'attirer à Bruxelles les firmes américaines qui ont des aspirations européennes ou déjà un pied dans l'Union. Le tout dans le cadre post-Brexit.

Nous parlons plafond de verre, toujours, et sexisme ordinaire. Ce sectarisme outrancier, pas mort, et dont les manifestations les plus visibles sont archicontrôlées aux Etats-Unis, au



New York, terrasse du Novotel Times Square. Les créatrices de mode bruxelloises qui ont pris part aux Brussels Days prennent la pose pour Paris Match lors d'une soirée dédiée aux produits belges. De gauche à droite : Mélissa Deffense, cofondatrice de Snobe, qui personnalise des perfectos ; Valentine Witmeur, star du pull en maille ; Joëlle Van de Voorde, Et le Bijou Créa la Femme ; Isabelle Naesens, Comme les Loups (accessoires faits main) ; et Aurore Havenne, créatrice de bijoux.

moins en théorie. « Les blagues sexistes sont vues ici comme des blagues racistes. On songe à cet employé de Google qui a dérapé », commente Inna Droznic. En été 2017, un ingénieur salarié du géant du web avait justifié la faible présence des femmes dans la « tech » et, indirectement, dans le leadership, par des « différences biologiques », déclenchant une polémique monstre au niveau national. On se souvient également de ce membre du conseil d'administration d'Uber qui avait dû, en juin 2017, présenter sa démission après avoir fait une plaisanterie sexiste, allusion d'un autre temps au facteur bavardage qu'allait entraîner le recrutement d'une femme (Wan Ling Martello, de chez Nestlé).

Inna nous explique que son époux est mis à rude épreuve dans la grande banque où il travaille. Ils ont régulièrement des « compliance seminars », des

« séminaires de conformité » dans lesquels sont aimablement enseignés aux hommes les comportements imposés avec les collègues du beau sexe. « Ils apprennent les limites précises à ne pas franchir : pas de remarques, ni sifflets ou de compliments. Il y a ici une vigilance accrue quant au sexisme. »

Autre gros handicap pour les femmes actives à New York, un écueil mentionné par les nombreuses businesswomen à qui nous parlons : le prix de la garde d'enfants et les difficultés à maintenir une carrière dans ces conditions. La fameuse charge mentale crée une forme de discrimination naturelle. « Il y a ici un large pourcentage de femmes enceintes qui n'ont pas de protection sociale par rapport à leur travail, ou qui ne peuvent s'offrir les services d'une nounou. Six ans à la maison, ce n'est pas possible. »

ON NE BADINE PAS, À NEW YORK, AVEC LA DISCRIMINATION

Nous discutons avec les entrepreneurs de She for S.H.E. (sharing, helping, empowering), un réseau de femmes francophones à New York créé par la Belge **Valérie-Anne Demulier**. Attention, lancent-elles d'emblée, quand on parle d'un réseau de femmes, pas question d'en exclure les hommes, sous peine, précisent-elles, de se voir attaquer en justice. On ne badine pas, à New York, avec la discrimination, quelle qu'en soit la teneur. Certaines d'entre elles sont venues à la rencontre de la délégation pour une soirée placée sous le signe des produits belges – Schtroumpfs, chocolats, cornets de frites pour la touche locale. Elles ont des fonctions différentes mais leurs expériences se rejoignent sur plusieurs terrains. Elles

s'appellent **Aurélie Hagen**, créatrice d'un guide lifestyle sur New York qui sort en septembre chez Racine ; **Sandrine Mehrez Kukurudz**, coprésidente de French Touch US, créatrice d'événements et responsable de marketing « expérientiel » ; **Emilie Dhélens-Tormo**, consultante et marketing manager en mode pour femmes et enfants ; **Solenne Vervisch**, à la tête d'une agence de communication représentant des maisons et personnalités francophones sur le marché américain ; **Huguette Lelong**, nutritionniste ; ou encore **Lucie Bonavitacola**, « baby planner » qui a créé une société, Lucie & The Babies.

Valérie-Anne Demulier est une avocate d'affaires qui a quitté son job premier et la Belgique pour se consacrer à ses projets new-yorkais. Dans son cercle francophone, elle convie, depuis mars 2016, des guest speakers, des femmes inspirantes, des expatriées qui se sont lancées à New York. Elle conclut des partenariats avec des organismes comme la Belcham (chambre de commerce belge aux Etats-Unis), le Women in Innovation Forum (Win Forum) ou l'Alliance française (FIAF).

Il y a, dans les réunions de She for S.H.E., ce paramètre clé selon elle : la possibilité de se montrer vulnérable entre femmes. Cette apparente fragilité peut-elle être travaillée pour devenir un atout dans le monde de l'entreprise ? Quelles sont, chez ces femmes expatriées qu'elle côtoie, les faiblesses susceptibles de se muer en forces ? « Le monde de l'entreprise doit encore progresser à bien des égards, mais ça doit aussi venir de nous, les femmes : oser nous affirmer, nous démarquer, nous imposer. Face à une offre d'emploi, un homme qui ne remplit que la moitié des compétences requises ne va pas hésiter

à postuler, alors qu'une femme aura davantage tendance à se dire qu'elle n'est pas à la hauteur. Pour faire changer cela, l'entraide et la solidarité entre femmes sont essentielles. »

Quels sont les vestiges du machisme classique au quotidien dans le monde professionnel à New York ? « J'y ai été confrontée lorsque je travaillais en tant que « business developer » aux Etats-Unis et prenais part à des conférences, événements networking, etc. La majorité des participants étaient des hommes, souvent plus âgés que moi. Ce n'est pas simple de se faire une place dans cet univers assez machiste. En tant que (jeune) femme active dans le monde des affaires, il faut redoubler d'efforts pour s'imposer. J'ai par ailleurs évolué plusieurs années dans un milieu « corporate » (en cabinet d'avocats), le genre d'environnement dans lequel davantage d'hommes accèdent aux postes à responsabilités. Ça entraîne un manque de solidarité et une compétition excessive entre les femmes, qui se disent qu'il n'y a pas de place pour tout le monde en haut de l'échelle. Il est essentiel de combattre ce genre de comportements. C'est aussi pour cela que je me bats. »

En termes d'égalité salariale, il existe des incarnations du show-biz qui font recette. « Récemment encore, Salma Hayek réclamait aux hommes, comédiens, de baisser leurs salaires pour résorber les inégalités salariales avec les femmes », raconte une expatriée. Le mythe des compétences, quel que soit votre milieu, est une réalité, disent ces dames. Mais, là encore, business is business. « On vous donne votre chance, c'est vrai, vous pouvez être reçu dans des sphères tout à fait incroyables en fonction de vos capacités, même si vous ne provenez pas d'une université américaine de la fameuse Ivy League. En revanche, si vous n'êtes pas bon, vous dégagez très vite. » C'est là que, pour les Belges comme pour les autres, l'American dream peut, sans mauvais jeu de mots, s'effriter à la vitesse du son. « Si certains misent gros et se bâtissent une vraie réussite à la sueur de leur front, d'autres repartent brutalement en ayant tout perdu. C'est très dur. On ne bénéficie pas d'aides publiques comme en Europe. On parle beaucoup de « success stories », mais nombre d'entrepreneurs se sont cassés les dents aux Etats-Unis et sont rentrés ruinés. » Une réalité pour les femmes comme pour les hommes.

« Nous croyons à un avenir égalitaire hommes-femmes, au-delà du « future is female ». Pour y parvenir, on a besoin de se serrer les coudes entre femmes, mais aussi d'éduquer les jeunes générations. »

Nous découvrons certains créateurs au Dover Street Market, un concept store new-yorkais pointu où les Belges sont venus encadrés par la séillante Alexandra Lambert, fondatrice et directrice de MAD Brussels (plate-forme pour la mode et le design), présenter leurs conceptions. Ils portent une petite valise remplies d'accessoires. **Aurore Havenne** est créatrice de bijoux épurés, or et argent. Son atelier-boutique se trouve rue de Flandre à Bruxelles. Avant de se lancer dans la joaillerie et d'en apprendre les rouages, elle a fait des

« IL FAUT QUE LES FEMMES INTÈGRENT LA NÉGOCIATION COMME UNE PRATIQUE NORMALE »

études de com' à l'ULB et a officié dans le secteur aéronautique, un univers encore très masculin. Elle y a chapeauté la stratégie de communication, les campagnes et les réseaux sociaux. En termes d'égalité salariale, rien à signaler. « J'avais un profil particulier, il n'y avait pas de poste équivalent tenu par un homme et j'y étais bien payée. » Mais elle le martèle : « Il faut que les femmes intègrent la négociation comme une pratique normale, qu'elles ne se contentent pas de ce qu'on leur offre d'emblée. » Un parcours riche et varié peut, selon elle, contribuer à cet état d'esprit.

Nous rencontrons **Cheryl D. Miller** lors d'un événement de réseautage pour femmes entrepreneurs : Women in Tech. Elle capte son audience comme un ténor du barreau. Cheryl est fondatrice et



directrice exécutive du Digital Leadership Institute à Bruxelles. Elle a lancé le premier Female Tech Incubator en Europe. Un apprentissage utile pour les femmes soucieuses de peaufiner leurs techniques digitales ou de se familiariser avec le monde virtuel. « Bien sûr, toutes ces formations existent dans l'absolu », nous dit-elle, « mais les femmes ne peuvent pas toujours les suivre. Ici, la formation a lieu quand les enfants sont à l'école, il y a des week-ends destinés aux start-up, etc. D'ailleurs, on évite de parler de start-up ou de technologie exactement, on préfère mettre le focus sur des termes comme « digital starter », cela parle à des femmes débutantes et les rassure. Nous avons organisé des événements sur le thème de la cyberviolence, avec et pour les femmes réfugiées, et pour promouvoir les femmes dans les médias. Nous proposons aussi des apprentissages « Cypro » pour les femmes plus matures, pour en faire des expertes dans les domaines de la cybersécurité, du big data, de l'intelligence artificielle, etc. Notre réseau est soutenu notamment par Amazon, une belle symbolique ! »

En cerise sur le gâteau de ces Brussels Days, nous visitons la task force du FBI à New York, en compagnie de Rudi Vervoort. Nous y sommes accueillis par deux agents au féminin. Dans un décor hautement testostéroné, digne d'une série policière des années 1970 – mobilier de bois plastifié, accents texans, panneaux affichant les terroristes les plus recherchés de l'Etat et collection de badges des polices locales –, elles nous semblent fameusement épanouies. Le FBI compterait, nous confirme l'une d'elles, 20 % de femmes dans ses effectifs. Un chiffre stable depuis quelques années et qui devrait aller croissant, si l'on veut bien s'en donner la peine. ■

Carmen Chiu, responsable communications (head of global corporate communications) Godiva Monde. D'origine chinoise, cette workaholic avouée œuvre à New York dans la passion du label belge.

50,8
et
60

Un fossé subsiste dans le leadership féminin aux Etats-Unis. Les femmes représentent 50,8 % de la population américaine et détiennent près de 60 % de tous les diplômes. Elles composent 47 % de la force de travail américaine et 49 % de la masse de travailleurs universitaires. Mais, en dépit de ces chiffres impressionnants, elles restent nettement en retrait par rapport aux hommes dans les postes de direction.

« A NEW YORK, CERTAINS HOMMES ONT PEUR »

Une observation fait l'unanimité dans quelques sphères : cette tendance affirmée qu'affichent les Américains à brider les instincts du mâle conquérant. Les expatriées que nous croisons vantent sans faillir le plaisir de déambuler sereinement dans une rue, un parc, le métro en tenue de jogging ou talons aiguilles, sans recueillir la moindre ébauche de regard lascif ou déplacé. Le sifflement et les allusions directes sont relégués au stade des antiquités. Mais le revers de la médaille, lancent quelques dames de She for S.H.E., c'est que « les hommes ont peur ». Ils deviendraient même, selon certaines, « moins chevaleresques, moins avenants ». « Ici, les femmes draguent, les hommes sont plus passifs. » Dans la foulée de ces confidences aux

accents parfois fleur bleue, certaines expriment des regrets de ne pas voir, chez les hommes américains, le même romantisme qu'en Europe. « Ici, tant que vous n'avez pas eu ce qu'ils appellent une « conversation », vous ne sortez pas avec la personne même si vous avez déjà eu plusieurs « dates » ou rendez-vous intimes. Nous, les Européen(ne)s, avons tendance à nous attacher spontanément. C'est une erreur ! » Quant aux aspects prosaïques d'une relation, tue-l'amour aux yeux des femmes européennes et vestiges d'un autre siècle, ils sont évoqués sans détour par une jeune femme. « Il est convenu ici qu'une bague de fiançailles, par exemple, doit correspondre à trois mois de salaire du fiancé », nous dit-elle. D'autres rétorquent que c'est un cliché...