

# Distribution

## Trophées des Femmes de l'année 2015



Les 7 lauréates récompensées en 2015.

La 9<sup>e</sup> édition des Trophées des femmes de l'année de la distribution a récompensé, le 28 mai dernier, sept femmes aux profils et parcours exemplaires. L'occasion de rappeler que si le secteur s'ouvre de plus en plus aux femmes sur le plan opérationnel, des freins demeurent dès lors qu'il s'agit de postes de direction exécutive. **PAR CÉCILE BUFFARD**

**Un métier d'hommes, la distribution ?** Pour la 9<sup>e</sup> année consécutive, les Trophées des femmes de l'année de la distribution vient contredire ce cliché en récompensant sept femmes, cinq parcours remarquables et remarquables au sein d'un secteur encore majoritairement dirigé par des hommes. "L'objectif de cet événement n'est plus tant d'imposer la mixité que de recruter encore plus de femmes aux profils exceptionnels et aux parcours exemplaires", affirme Élisabeth Herzog, directrice nationale des ventes chez Publications Grand Public (groupe Reworld Media). En bientôt dix ans, le concours s'est adapté aux mutations du secteur. Cette année, un nouveau prix a été créé pour récompenser les femmes créatives. "Jusqu'à présent nous distinguons des femmes qui évoluaient dans un environnement très managérial mais moins axé sur l'innovation. Or, le marché de la distribution évolue et les centrales désiraient mettre en lumière les femmes qui apportent quelque chose de vraiment

innovant dans la distribution", explique Pierre-Louis Marek, directeur général de PGP. Le trophée de la meilleure Femme Entrepreneur a également fait son entrée dans le palmarès 2015, saluant l'audace et l'expertise de celles qui ont su prendre des risques pour réinventer et développer le métier, tout en sortant des sentiers battus.

### LES GROUPES ENGAGÉS

Pour que chaque groupe de distribution soit en mesure de faire émerger leurs talents féminins, les départements des ressources humaines et de communication ont œuvré tout au long de l'année, à relayer l'information en interne et motiver les équipes à participer au concours. "110 dossiers, tous de très bonne qualité, ont été présélectionnés dans le cadre de cette nouvelle édition", souligne Pierre-Louis Marek, concédant, cependant, que les enseignes indépendantes, faute d'une communication centralisée, restent sous-représentées par rapport aux



### Et les lauréates sont...

- ▶ **Femme manager:** Christina Durand, directrice du magasin école, Carrefour Proximité Sud-Ouest et Sabine de Bartillat, directrice expansion, Leader Price
- ▶ **Femme dirigeante de magasin:** Soëd Toumi, directrice de magasin, Carrefour
- ▶ **Femme entrepreneur:** Véronique Lautier, responsable métier, API Drive-Auchan
- ▶ **Femme créative et innovation:** Cindy Lebriez, chef de secteur caisse, créatrice du projet "Bouton noir sur mesure", Auchan
- ▶ **Trophée Jeune Femme Espoir:** Marine Hamon, responsable commerce non-alimentaire, Auchan
- ▶ **Femme engagée:** Incarnation Lamboust, hôtesse d'accueil, Carrefour Market

intégrées. "Notre rôle est d'aider le premier employeur privé de France à mieux recruter des profils de femmes élevés et à briser le plafond de verre en mettant en avant le fait que l'on peut avoir des carrières exceptionnelles en grande distribution", indique Élisabeth Herzog. Reste que dans les rangs des écoles de commerce, les candidates à un parcours dans le secteur se

## "POUR UN MANAGEMENT PARTICIPATIF"

**Marine Hamon**

**Responsable commerce non-alimentaire, Auchan  
Trophée Jeune Femme Espoir**



À 28 ans, Marine Hamon, responsable du commerce non alimentaire de l'hypermarché Auchan La Défense (92) n'a pas perdu son temps. Elle est l'une des plus jeunes – et encore trop rares – femmes nommées chef de secteur de la région Ile-de-France. Récompensée par les Trophées des femmes de la distribution 2015, dans la catégorie jeune femme espoir, elle a fait ses gammes dans la distribution. Diplômée de l'EMSB (école de commerce de Strasbourg), celle-ci n'a pas hésité une seule seconde à plonger dans le bain des hypermarchés dès son premier stage en entreprise. "J'ai découvert le métier et il m'a tout de suite plu", se souvient-elle. De retour en Ile-de-France, sa région natale, elle enchaîne les postes et gravit très rapidement les échelons.

### Une carrière éclair

D'abord chef de rayon au rayon cuisine, puis papeterie, au bout de trois ans et demi, elle devient chef de secteur. Aujourd'hui, elle gère l'ensemble du secteur non-alimentaire de l'hypermarché de la Défense (le plus important de France en termes de flux) et dirige 80 collaborateurs dont 8 cadres. Un véritable challenge pour la jeune fille dont la bonne humeur et l'enthousiasme sont communicatifs. Son credo: le travail doit rimer avec passion et plaisir. "Les notions de plaisir et de bien-être au travail doivent être plus présentes. Pour cela, il est important de définir quels sont les irritants, sur le lieu de travail, mais aussi de connaître les passions, les hobbies de ses collaborateurs. L'épanouissement personnel passe par l'épanouissement professionnel", soutient Marine Hamon. Au sein de son équipe, la jeune chef de secteur prône un management collaboratif.

Plutôt que de passer par d'interminables circuits de validation, elle attend de ses collaborateurs qu'ils soient autonomes et pro-actifs et applique une politique participative. "Lorsque nous avons procédé au remodeling du rayon non-alimentaire de l'hypermarché de la Défense, nous avons réfléchi, durant plusieurs mois, à ce qui fonctionnait ou pas, avec l'ensemble des salariés. Nous sommes tous allés voir ce que faisait la concurrence, afin de piocher les bonnes idées et de les adapter à notre magasin. Tout le monde a pu donner son avis et proposer des idées. Le plan final du nouveau magasin est la somme de toutes ces réflexions", raconte la chef de secteur.

### L'individu et la performance

Une démarche de co-construction qui valorise les individus, au-delà de leur fonction, et les implique dans la stratégie du magasin. "Mon rôle est de montrer que le changement, souvent redouté, peut être positif. J'ai compris, avec le temps, que sans prise en compte des individus et des personnalités, les performances ne suivaient pas", ajoute celle qui définit sa signature managériale en trois termes: confiance, plaisir et rigueur. Pour cette jeune femme dynamique, être une femme n'a jamais été un frein dans sa carrière. Soutenue et encouragée par sa hiérarchie, celle qui, à 22 ans, se rêvait chef de secteur dans une dizaine d'années a gravi les échelons plus vite que prévu. D'ici à deux ans, elle se verrait bien directrice à l'international et développer des franchises Auchan en Asie, sans pour autant, renoncer à sa vie de couple... et de future maman. "Je saurai ralentir le moment venu et je sais qu'Auchan m'accompagnera, aussi, dans cette période-là", assure Marine Hamon. Des projets personnels qui ne l'empêchent, toutefois pas, de rêver au Trophée de la Femme dirigeante de Magasin, d'ici quelques années.

font trop rares. Beaucoup y préfèrent le luxe, la communication ou le marketing. "La grande distribution souffre encore de sa mauvaise image", concède Marine Hamon, responsable du commerce non alimentaire de l'hypermarché Auchan La Défense (92). Mais les choses tendent à changer. "L'appétence pour le secteur est de plus en plus forte. Non seulement, les femmes brisent le plafond de verre mais elles sont de plus en plus nombreuses à devenir directrices de magasin", ajoute la directrice des ventes de PGP. Capable, donc, d'offrir aux femmes de belles carrières dont la plupart se construisent sur le terrain, la grande distribution est en train d'évoluer. Même si des freins réels ou psychologiques demeurent.

### DE CAISSIÈRE AU COMEX

Premier obstacle à l'évolution des femmes au sein d'un groupe: le subtil équilibre à trouver, entre vie familiale et responsabilités professionnelles. "Beaucoup de femmes continuent de croire qu'il est complexe d'articuler vie professionnelle et personnelle", observe Marie-Hélène Chavigny, DRH chez Carrefour Market. Aux horaires atypiques de la grande distribution et à l'exigence de mobilité qu'impose l'évolution de ses carrières s'ajoutent, plus insidieusement, le manque de confiance en soi et la difficulté de certaines femmes à se projeter dans un poste à responsabilité. "On reprochera toujours plus à une femme d'être ambitieuse qu'à un homme. On nous pardonne moins de choses", témoigne Marine Hamon qui, pour autant, prône la féminité en entreprise. "C'est bien en tant que femme et non en essayant de ressembler aux hommes que les femmes vont réussir dans ce milieu", continue-t-elle. À condition, bien sûr, de savoir gérer les doubles carrières (celle de l'épouse et celle du mari) et d'avoir un solide sens de l'organisation. "La maternité n'est pas un frein à la carrière des femmes, mais cela reste un choix à faire, à un moment donné", concède Marine Hamon. Question de priorité. "Le message à faire passer aux femmes de la distribution, c'est qu'il n'y a pas que la carrière du mari qui compte: c'est chacun son tour", ajoute la jeune chef de secteur de 28 ans, lauréate du Trophée jeune femme espoir 2015 de la distribution. Aux femmes, donc, de

## "DE ROLLER À DIRECTRICE"

**Soëd Toumi**

**Directrice de Carrefour Auteuil (75016)  
Trophée Femme dirigeante de magasin**



Son parcours, Soëd Toumi en est fière. Femme de terrain avant tout, la directrice du magasin Carrefour d'Auteuil, à Paris a remporté le prix de la Femme Dirigeante de Magasin des Trophées des Femmes

de l'année de la distribution. Une belle histoire pour l'étudiante qui a fait ses premiers pas à roulettes, dans le monde des hypermarchés. "Je suis entrée chez Carrefour comme "roller", un job d'été, après le BAC qui consistait à aller chercher les prix en rayons chaussée de rollers", se souvient la directrice. Cette première expérience réussie, elle a continué à travailler pour le groupe en parallèle de ses études. "On me donnait de plus en plus de responsabilités. Je suis passée de roller à la caisse centrale, puis à la gestion des horaires des 240 caissières du magasin d'Ivry-sur-Seine et du coffre", raconte-t-elle. Jusqu'au jour où, remarquée par un membre de la direction du magasin qui l'employait, on lui a proposé d'intégrer l'équipe d'encadrement de Carrefour. Ce qu'elle a accepté, une fois sa licence de

mathématiques validée. "J'ai commencé comme stagiaire cadre au rayon photo/multimédia puis je suis devenue manager et responsable des forces de vente, dans différents magasins de l'Île-de-France", explique Soëd Toumi. Son passage du rayon multimédia aux produits frais a été un véritable levier dans sa carrière. "J'ai demandé à me fondre dans les équipes pendant deux mois. J'ai aussi bien appris à ficeler un rôti qu'à monter des murs de glace à la poissonnerie, à bouler du pain à la boulangerie ou à ranger les fruits et légumes", décrit-elle. Résultat: lorsque cette dernière a intégré son premier poste de chef de secteur, elle connaissait aussi bien la gestion que les équipes et leurs métiers. Un plus pour un manager.

### À chaque problème sa solution

La proximité avec ses collaborateurs est d'ailleurs une valeur forte que la directrice du magasin d'Auteuil met en avant. "L'important c'est de résoudre les problèmes que rencontrent les équipes au quotidien. À chaque problème, il y a une solution", résume-t-elle. Aujourd'hui, cette maman accomplie (elle a un fils de huit ans avec qui elle passe du temps) assure que l'on peut parfaitement combiner poste à responsabilité et vie de famille: "à partir

du moment où l'on est bien organisé, il n'y a pas de raison de ne pas trouver son équilibre entre sa carrière, sa vie de maman et sa vie personnelle". Quant à la suprématie masculine historique du secteur de la distribution, selon elle, les choses bougent, laissant plus de place – et de pouvoir – aux femmes. "Si une femme a envie de progresser, on lui offre les moyens d'y arriver. Le plafond de verre est en train de se briser: les femmes ont moins d'a priori à prendre des postes à responsabilité et les portes s'ouvrent davantage", observe Soëd Toumi. Membre du Club des femmes de Carrefour, elle œuvre désormais activement pour aider les jeunes pousses à grandir au sein de l'entreprise et à les accompagner dans leurs parcours. Idem pour ses équipes. "Il faut pousser certaines femmes à prendre des responsabilités lorsque celles-ci n'osent pas le faire", assure-t-elle. "J'aimerais que toutes les femmes qui le souhaitent passent le cap". Pour cela, la directrice met un point d'honneur à former ses collaborateurs: "C'est important de savoir déléguer. On voit qu'un magasin tourne bien quand le patron n'est pas là!", soutient la directrice. Une façon, aussi, d'assurer son rôle de manager tout en préservant l'espace de sa vie privée.

prendre en main leur avenir mais aux entreprises, aussi, de les y aider.

### OBJECTIF 50 %

En instaurant, par exemple, des crèches d'entreprises au sein des groupes afin d'améliorer le quotidien des salariées et d'investir davantage sur le télétravail. Pour les femmes comme pour les hommes. "Nous n'avons pas envie de faire une politique de parité mais de mixité. Car aujourd'hui, les hommes sont confrontés aux mêmes problèmes – garde d'enfants, garde partagée, sortie de crèche ou d'école, vacances scolaire, etc. – que les femmes. C'est une politique qui fonctionne bien et qui, surtout, ne crée pas de clivage", assure Marie-Hélène Chavigny.

Il reste, toutefois, des efforts à faire de la part des distributeurs pour booster les carrières féminines. Carrefour Market compte, par exemple, 42 % de femmes au sein de ses directions régionales mais seul huit figurent dans le top management. "Dans l'opérationnel, on avance mais dans les structures dirigeantes des enseignes, cela reste très compliqué. Très souvent, les femmes sont cantonnées à la communication ou à la direction des ressources humaines", déplore la DRH. Le groupe s'est fixé pour objectif 2015 de nommer 130 femmes directrices de magasin et d'atteindre les 50 % de postes de management pourvus par des femmes. "Nous avons initié, depuis six ans, une démarche pro-active en faveur des femmes,

dont les trois dernières années ont vu naître des plans d'action très poussés avec des comités carrière et des formations spécifiques", raconte-t-elle. Résultat: le nombre de femmes passées cadres a progressé de 6,5 % en trois ans. "Ce qui compte, c'est de leur apporter des compétences égales à celles des hommes". Des formations internes, des programmes de VAE collectifs ont été mis en place par le groupe, avec un objectif: apprendre aux collaboratrices à mieux gérer leur vie professionnelle et personnelle, leur apporter du charisme en management et les mettre à niveau afin qu'elles puissent se porter candidates aux postes d'encadrement. Et gonfler les rangs des femmes dirigeantes dans la grande distribution. ■