



Enquête

Pouvoir, performance, création...

Où en sont les femmes ?



A l'heure où s'ouvre le 5^e Women's Forum, dont L'Express Styles est partenaire, la France constate son retard dans la promotion de la mixité au sein des élites. Amorçe d'une nouvelle ère ? Dans les domaines du luxe et des arts, elles sont de plus en plus nombreuses à accéder aux postes-clefs. La preuve avec les portraits de ces 25 femmes d'influence, qui mettent leur pouvoir au service de la création.

DOSSIER RÉALISÉ
PAR KATELL
POULIQUEN ET
MARION VIGNAL,
AVEC LYDIA BACRIE,
CHARLOTTE
BRUNEL,
CHRISTOPHE
CARRIÈRE,
GÉRALDINE
CATALANO,
GUILLAUME
CROUZET,
JÉRÔME DUPUIS,
ANNE-LAURE
QUILLERET,
VIRGINIE
SKRZYNIARZ,
MAÏTÉ TURONNET
ET SYLVIE WOLFF

Pour être plus performant, embauchez des femmes et faites-les progresser au sein de l'entreprise ! Ce n'est pas nous qui le disons, même si le riquiqui pourcentage de femmes PDG en France (3 % parmi les 540 premières sociétés cotées françaises) nous froisse un peu. L'appel ne vient pas non plus des féministes, toujours chiffon quand il s'agit de traiter différemment les deux sexes. Non, l'idée est d'un monsieur très sérieux, Michel Ferrary, professeur en gestion des ressources humaines au Ceram, école de commerce située à Nice-Sophia Antipolis, et auteur d'une étude réalisée entre 2002 et 2006. Le résultat de ses recherches est édifiant : sur les 42 sociétés interrogées, celles qui emploient plus de 35 % de femmes ont vu leur chiffre d'affaires progresser bien davantage que leurs concurrentes moins féminisées. Plus rentables, elles ont par ailleurs généré plus d'emplois et produit davantage. « Quand on parle de discrimination, on avance souvent l'argument moral. Celui de l'efficacité me semblait intéressant à explorer », explique Ferrary.

Surprenant ? Pas tant que cela. Sans vouloir tailler de costard aux garçons, voilà quelques années que les femmes ont prouvé qu'elles avaient les épaulettes assez larges pour jouer les boss. « En vingt-cinq ans, le regard sur elles dans le top management a changé », se félicite Didier Vuchot, président de Korn/Ferry France, première société au monde de recherche en dirigeants. « Dans le secteur de la mode et du luxe, la parité existe depuis longtemps. Les femmes dirigeantes sont très bien dans leur peau, même si elles connaissent toutes, à un moment donné de leur carrière, un tiraillement entre leur vie professionnelle et leur vie privée », renchérit Floriane de Saint-Pierre, présidente d'un cabinet de recrutement.

Ailleurs, c'est autre chose... Pour les tailleurs-pantalons et les stilettos d'Anne Lauvergeon, présidente du directoire d'Areva, de Laurence Parisot, présidente du Medef, ou encore de Teresa Cremisi, à la tête du groupe Flammarion, combien de costumes anthracite au sein du club très fermé des leaders ? « Trop, reconnaît Didier Vuchot. Il n'existe pas de misogynie officielle. Simple-ment, nos grandes écoles ne sont ouvertes aux femmes que depuis les années 1970 et



Les femmes ont prouvé qu'elles avaient les épaules assez larges pour jouer les boss

le renouvellement des générations prend du temps. Mais la prise de conscience est réelle au sein des entreprises. Tout le monde a compris qu'il fallait se bouger » Se bouger, peut-être, mais manifestement en douceur... Selon une étude du cabinet de conseil en stratégie McKinsey, seuls 9 % des entreprises européennes (14 % des américaines) ont mis en place des politiques en faveur de la mixité. Dans cette session de rattrapage, la France affiche une moyenne... très moyenne. Air Liquide impose la présence d'au moins une candidature féminine chaque

fois qu'un poste de management se libère. Total s'invite dans les forums d'étudiants pour encourager les filles à s'inscrire dans les écoles d'ingénieurs. Les bons élèves existent donc. Les quotas, pas encore, malgré leur popularité grandissante, comme le prouve une étude récente commandée par le groupe Grandes écoles au féminin (GEF) : « 55 % des jeunes diplômés de nos grandes écoles y sont favorables. Les quotas sont l'ultime recours face à une situation qui n'évolue pas », plaide Véronique Préaux-Cobti, présidente de GEF.

Autant dire que les 1 000 invités (dont 15 % d'hommes, promis) du 5^e Women's Forum de Deauville ne manqueront pas de sujets. Dans les salons cosy du Centre

international de Deauville (CID), on causera du radical et très tendance modèle norvégien – 40 % de femmes imposées dans les conseils d'administration des entreprises – de la difficulté de concilier carrière et famille, et peut-être un peu, entre deux très sérieux discours, de tailleurs et de stilettos. On évoquera aussi la crise, bien sûr, a priori peu favorable aux avancées sociales. A moins que... En frappant plus durement les secteurs à dominante masculine comme l'industrie et la finance, celle-ci conforte le poids grandissant des femmes dans l'économie mondiale. Dans l'une de ses études, Michel Ferrary a d'ailleurs démontré qu'en période de tourmente les investisseurs se repliaient plus volontiers sur les entreprises dirigées par les femmes. « On revient alors aux fondamentaux, c'est-à-dire aux résultats », dit Ferrary. En clair, les filles, c'est maintenant ou maintenant. ● G. C. ●●



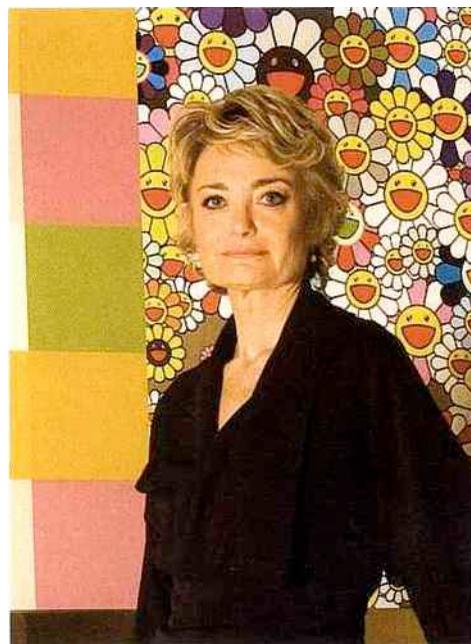
Elisabeth Laville, FONDATRICE D'UTOPIES

Diplômée d'HEC, elle a vite senti « l'urgence de faire quelque chose qui aurait du sens ». Elle cite Mère Teresa : « Ne vous méprenez pas, je n'ai fait ça que pour moi. » Ça ? Devenir une pionnière de l'écologie en lançant, dès 1993, Utopies, première agence de conseil en développement durable, qui aide les entreprises à devenir plus vertes. Parmi ses clients : la Caisse d'épargne, Nature & Découvertes ou Carrefour. Elle pilote les sites Grainesdechangement.com et Mescoursespourlaplanete.com, pour sensibiliser les consommateurs. ● K. P.

Son actualité en 2009 : publication du *Guide des labels de la consommation responsable*, éd. Village Mondial.

Ses projets : l'inauguration des nouveaux bureaux écologiques de son agence dans le XI^e arrondissement parisien.

Sa devise : « Nous devons être le changement que nous voulons voir dans le monde », une citation de Gandhi.



Florence de Botton,

DIRECTRICE DU DÉPARTEMENT D'ART
CONTEMPORAIN DE CHRISTIE'S

A 14 ans, Florence de Botton, découvre Egon Schiele. Un choc. Fille d'une dynastie d'antiquaires, elle se prend de passion pour l'art moderne. Son diplôme de l'Ecole du Louvre en poche, elle monte une société de courtage, puis rejoint une galerie avant d'entrer chez Sotheby's, où elle se fait un nom en dispersant avec succès les collections Lescure et Nahon. Depuis son arrivée, en 2005, chez Christie's, les enchères du département d'art contemporain ont explosé : 17 millions d'euros de ventes, rien qu'en 2008. ● V. S.

Son actualité en 2009 : la vente de charité contre le cancer, avec l'association du Pr Khayat.

Ses projets : « Etre plus proche des artistes. »

Sa devise : « Ne jamais s'attarder sur le passé, toujours aller de l'avant. »



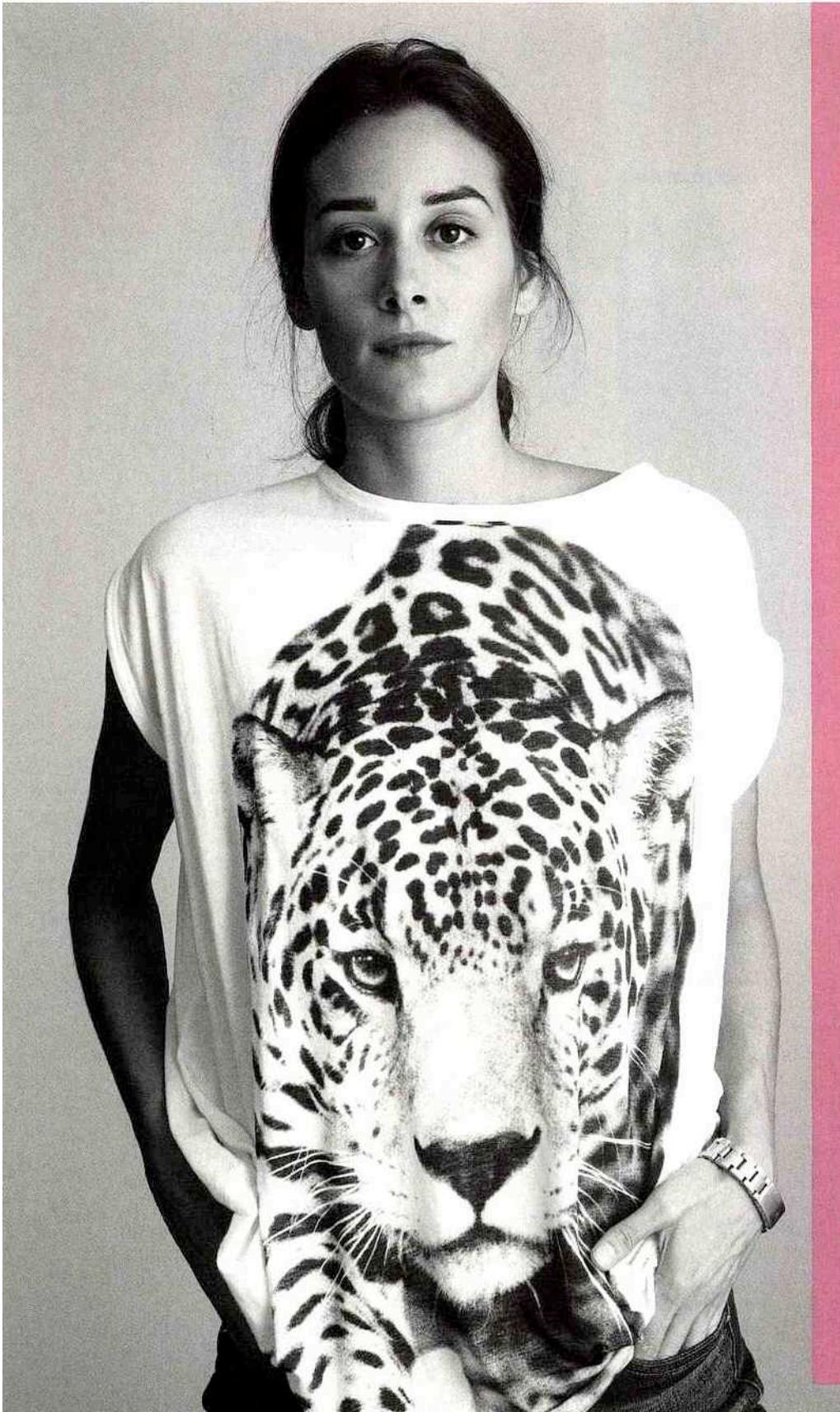
Anne-Dominique Toussaint, PRODUCTRICE

Une maîtrise d'histoire médiévale en poche, elle décide d'être productrice de films. Elle apprend sur le tas avec Ariel Zeitoun (*Souvenirs, souvenirs*). Puis toute seule, en montant sa société, Les Films des Tournelles. C'était il y a vingt ans. Depuis *Monsieur*, de son frère, Jean-Philippe Toussaint, elle a privilégié le feeling au coup commercial, la découverte d'auteurs au *name-dropping*. Grand bien lui prit. *La Moustache*, *Le Coût de la vie* ou *Caramel* lui ont valu de beaux succès au box-office et, par conséquent, une solide réputation dans le métier. ● C. C.

Son actualité en 2009 : carton plein avec près de 800 000 entrées pour *Le Hérisson*, de Mona Achache, et près de 900 000 pour *Les Beaux Gosses*, de Riad Sattouf.

Ses projets : quatre films en développement, dont une comédie musicale de Nadine Labaki (*Caramel*).

Sa devise : « Essayer de faire tout ce qu'on désire sans rien sacrifier. »



Ambra Medda,

FONDATRICE
DE DESIGN MIAMI

A 29 ans, elle est à la tête de la foire de design qui attire les plus importants collectionneurs du monde. Ambra, qui a grandi auprès d'une mère galeriste et étudié, notamment, la littérature et l'art chinois, a senti avant tout le monde que le marché était mûr pour de nouvelles expériences. En 2005, alors que dans les salles de vente les pièces de mobilier commencent à flamber, elle s'associe, avec le soutien de l'homme d'affaires Craig Robins, à la foire Art Basel pour créer Design Miami. Un lieu exclusivement réservé aux galeries de design. Le succès est immédiat. Près de 300 professionnels participent à l'événement. Depuis, la petite foire, devenue la vitrine du *design art*, continue son ascension. Et séduit chaque année de nouveaux partenaires. Après HSBC et Audi, l'italien Fendi a rejoint l'aventure. **M. V.**

Son actualité en 2009 : Design Miami en juin et en décembre.

Ses projets : continuer à réaliser une foire de qualité.

Sa devise : « Avec les mots pleins de sagesse de Bob Dylan, je dirais qu'une personne réussit sa vie quand elle se lève le matin, se couche le soir et entre les deux fait ce qu'elle veut faire. »



Carla Sozzani, GALERISTE ET ÉDITRICE

Avant de devenir l'une des plus importantes galeristes de Milan, Carla Sozzani fut journaliste de mode. Elle fait ses armes à *Vogue*, puis lance le *Elle* italien en 1987. L'expérience ne dure que quelques mois. Trop intellectuelle, sa version ne fait pas l'unanimité. Qu'à cela ne tienne, Carla en profite pour créer sa maison d'édition spécialisée dans les livres de photographie. Dans la foulée, elle ouvre sa galerie, où elle expose des designers et photographes, puis donne naissance en 1990 au 10 Corso Como, premier *concept store* du genre en plein cœur de Milan. La recette a, depuis, fait école. Devenu une marque, le 10 Corso Como existe désormais aussi à Tokyo et à Séoul. Et continue de dicter la tendance. **M. V.**

Son actualité en 2009 : le lancement du nouveau site Internet du 10 Corso Como et de l'e-commerce.

Ses projets : la préparation d'un livre sur les 20 ans de la galerie, pour septembre 2010.

Sa devise : « Avoir un point de vue, car on ne peut pas plaire à tout le monde. »



Caroline Bourgeois, CONSEILLÈRE ARTISTIQUE DE FRANÇOIS PINAULT

C'est par le chemin détourné de la psychanalyse que Caroline Bourgeois, diplômée d'un DESS de psychologie clinique, s'est prise de passion pour l'art contemporain. « Plus que la musique ou que la littérature, il est essentiel à ma vie », confesse-t-elle. De fait, son œil insatiable est devenu indispensable à un autre passionné, nommé François Pinault. C'est elle qui a constitué sa collection d'art vidéo, elle qui le conseille aujourd'hui dans toutes ses acquisitions. Elle aussi qui veille à la pérennité des œuvres et, surtout, à leur présentation publique. Fervente défenseuse de l'art pour tous, ex-directrice du centre d'art contemporain Le Plateau, Caroline Bourgeois a orchestré les voyages de la collection Pinault au Tri postal, à Lille, en 2007, puis au Garage, à Moscou, et enfin à Dinard, l'été dernier. Trois expositions majeures, au succès public incontestable (945 000 visiteurs à Lille, un record), qui font d'elle la commissaire d'exposition la plus convoitée du moment. **M. V.**

Son actualité en 2009 : les expositions *Un certain état du monde*, à Moscou, et *Qui a peur des artistes ?*, à Dinard.

Ses projets : « Trop tôt pour en parler. »

Sa devise : « Douter et foncer. »

Yue-Sai Kan,

GOUROU DE L'ART DE VIVRE

Une légende vivante. C'est ainsi qu'en Chine on désigne Yue-Sai Kan, l'une des 20 femmes les plus influentes du pays. Logique : cette Américano-Chinoise a tout fait. Elle a, pour ainsi dire, ouvert les Chinois à la culture occidentale grâce à *One World*, la toute première émission du genre sur la télévision nationale. Elle a transformé le visage de ses compatriotes en lançant l'une des premières marques de cosmétiques, propriété de L'Oréal depuis 2004. Depuis, elle continue à jouer le rôle de gourou à travers sa marque de décoration House of Yue-Sai et ses livres sur les bonnes manières et l'art de vivre. Si les Chinois ont du goût, c'est donc un peu grâce à cette femme, qui, dès qu'elle le peut, met sa fortune au profit des plus démunis en ouvrant des écoles dans la campagne de ses origines. **M. V.**

Son actualité en 2009 : le lancement de la marque de décoration House of Yue-Sai, la parution du livre *The Ultimate Style*, sur l'architecture d'intérieur.

Ses projets pour 2010 : « Je prépare de nouveaux livres et je réunis des fonds pour le pavillon américain et les événements artistiques de l'Exposition universelle de Shanghai, en mai prochain. »

Sa devise : « Mettre l'argent au second plan et l'intégrité au premier. »



Isabelle Guichot, PRÉSIDENTE DE BALENCIAGA

Diplômée d'HEC, elle dirige depuis 2007 l'une des étoiles de la mode actuelle, la très prisée maison Balenciaga. Entrée chez Cartier en 1986, elle en a gravi tous les échelons jusqu'à la direction générale. Poste qu'elle a ensuite occupé chez Van Cleef & Arpels et Lancel, avant de rejoindre le Gucci Group en 2005, à la tête de Sergio Rossi. D'une anti-langue de bois rafraîchissante, elle avoue « n'avoir jamais eu de vocation pour la mode ou la joaillerie », mais adorer se fonder dans la culture couture de Balenciaga. Se vivant comme une « chef d'orchestre » donnant le *la* de la maison, elle en assoit le succès, avec le directeur artistique, Nicolas Ghesquière. Plus d'une vingtaine de boutiques ont ouvert en deux ans. Isabelle Guichot est aussi membre du conseil d'administration de la Fondation PPR pour la dignité et les droits des femmes. **● K. P.**

Son actualité en 2009 : le développement de la marque en Chine.

Ses projets : un parfum avec pour muse Charlotte Gainsbourg.

Sa devise : « Ne jamais subir. »

Li Edelkoort, FONDATRICE ET PRÉSIDENTE DE TREND UNION

On la surnomme la « pythie des tendances ». Et pour cause. Son nez vaut de l'or. Depuis ses débuts à Paris, sous la houlette de l'agence Mafia puis de Nelly Rodi, la Néerlandaise Li Edelkoort n'a pas son pareil pour anticiper les phénomènes de mode et analyser les comportements. Fondée en 1991, son agence Trend Union rassemble aujourd'hui une vingtaine de personnes, dispersées entre Paris, New York et Tokyo. Dans sa liste de 2 000 clients figurent les noms d'Estée Lauder, de Nissan ou de L'Oréal. **M. V.**

Son actualité en 2009 : l'exposition *Archéologie du futur, vingt ans de tendances vues par Li Edelkoort*.

Ses projets : commissaire de l'exposition *PostFossil* au 21_21 Design Sight, à Tokyo, à partir de mars 2010. Elle ouvre une nouvelle école de design à Poznan, en Pologne, en octobre 2010.

Sa devise : « Ne jamais accepter un non comme réponse. »



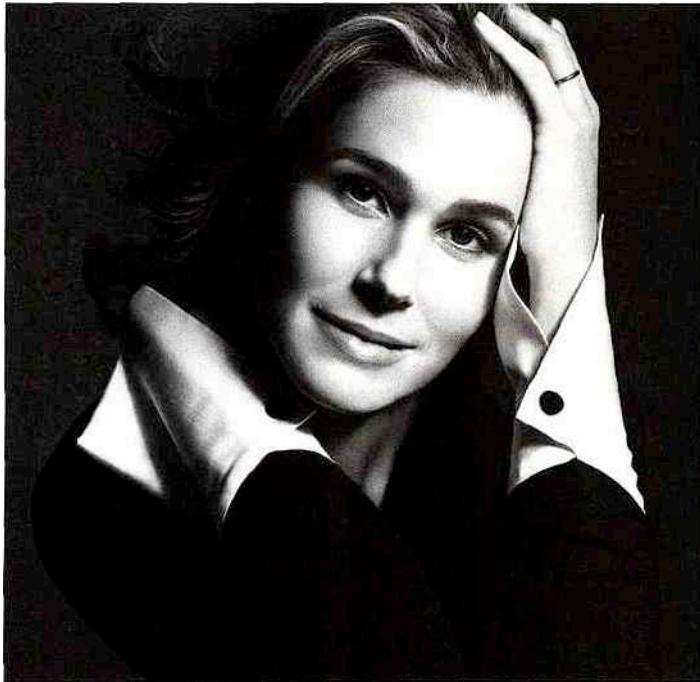
Valérie Hermann, PRÉSIDENTE D'YVES SAINT LAURENT

En septembre, elle a fait son entrée au classement des 50 femmes d'affaires les plus influentes au monde du magazine *Fortune*. Diplômée d'HEC, Valérie Hermann a débuté en 1985 au Comité Colbert, alors dirigé par l'ancien président d'Hermès. « Jean-Louis Dumas est la personne qui m'a le plus marquée dans ma carrière. J'ai retenu sa théorie du poète et de l'épicier : suivre la vision du créatif et accepter que les chiffres ne mentent jamais. » Passée par la direction commerciale d'Ercuis & Raynaud puis par un fonds d'investissement spécialisé dans le luxe, elle est débauchée en 1996 par LVMH, qui lui confie la présidence de la marque John Galliano et la responsabilité du prêt-à-porter Dior deux ans plus tard. Nommée à la tête d'Yves Saint Laurent au début de 2005, elle a su retrouver la force du tandem manager-créateur au côté du directeur artistique Stefano Pilati. Avec toujours à l'esprit l'ADN YSL : « L'élégance, la pérennité et un zeste d'irrévérence ». Mère de trois filles, cette Bretonne a remporté le défi de ramener à l'équilibre une marque certes mythique, mais dans le rouge depuis plus de dix ans. L'image d'une féminité épanouie associée au pouvoir, qui fut le moteur de la carrière d'un couturier... Yves Saint Laurent. **A.-L. Q.**

Son actualité en 2009 : elle a rejoint le conseil d'administration de la fondation d'entreprise PPR pour la dignité et les droits des femmes.

Ses projets : le redéploiement de la marque en Asie, le développement de la ligne masculine et des parfums.

Sa devise : « Il y a toujours une solution créative à un problème. »



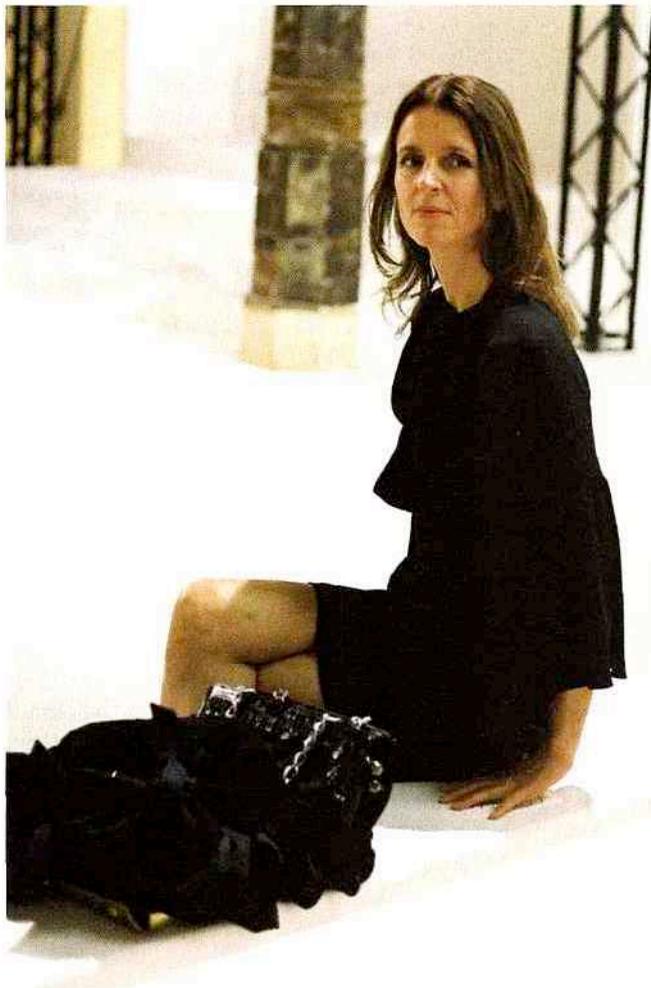
Aerin Lauder, VICE-PRÉSIDENTE DU GROUPE ESTÉE LAUDER

Une héritière, c'est ainsi que l'on a longtemps désigné Aerin Lauder. Petite-fille de la grande Estée : la succession était un peu lourde. Sauf à avoir le même type de caractère. Après une dizaine d'années passées à faire ses classes dans tous les services de l'entreprise, elle en devient la directrice artistique puis la vice-présidente. L'année 2009 a été pour elle l'heure de la consécration avec le troisième parfum de sa Private Collection, Jasmin White Moss, un chypre moderne inspiré, dit-elle, par une ancienne formule de sa grand-mère. ■ **M. T.**

Son actualité en 2009 : le lancement de son troisième parfum pour sa Private Collection.

Ses projets : continuer à développer cette ligne très personnelle.

Sa devise : « La même que ma grand-mère : "Quoi que tu fasses, fais-le bien." »



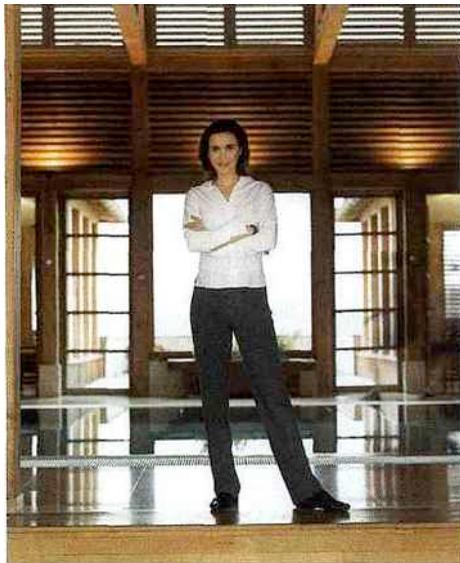
Karla Otto, FONDATRICE DU BUREAU DE PRESSE KARLA OTTO

Ne cherchez pas cette brune stylée dans les journaux, son job c'est d'assurer la médiatisation des autres. Avec des antennes à Paris, Milan, Londres, New York et Los Angeles, elle dirige aujourd'hui le plus gros bureau de presse mode du monde, avec comme clients des mastodontes du luxe (Calvin Klein, Jil Sander, etc.), tout en gardant les deux pieds dans l'avant-garde (Viktor & Rolf, Hussein Chalayan, etc.). Partie étudier le japonais à Tokyo, cette native de Bonn fait ses armes dans la mode en tant que mannequin. De retour en Europe, elle ouvre sa propre agence à Milan, en 1982. Le premier grand créateur à venir la voir est Jean Paul Gaultier, au sommet de sa gloire, qui lui confie ses relations presse en Italie. Suivront Jil Sander et Miuccia Prada dès sa première collection, fin 1988. Un vivier de talents exigeants qui n'a cessé de changer et de croître, à tel point que son nombre de collaborateurs a doublé en quatre ans. ■ **A.-L. Q.**

Son actualité en 2009 : l'ouverture d'un bureau de presse à Los Angeles, sur Melrose Avenue.

Ses projets : continuer à repérer et à promouvoir de nouveaux talents.

Sa devise : « Toujours regarder devant soi. » ●●



Mathilde Cathiard-Thomas, VICE-PRÉSIDENTE DE CAUDALIE

Cette fille de grands sportifs (membres de l'équipe de France de ski aux JO de 1968) devenus entrepreneurs à succès (Go Sport puis Château Smith-Haut-Lafitte) a de quoi tenir. Cofondatrice de la marque Caudalie avec Bertrand, son mari, chargé du business, on lui doit le développement de tous les produits de la marque, leurs textures très précises, leurs parfums délicats, leurs formules toujours pertinentes. Et surtout l'idée des spas de vinothérapie. ♦ **M. T.**

Son actualité en 2009 : l'ouverture du spa Caudalie de l'hôtel Plaza, à New York, et de celui des étangs de Corot, à Ville-d'Avray, dans la région parisienne.

Ses projets : l'ancrage de sa marque aux Etats-Unis.

Sa devise : « *Just do it !* »

Natalie Massenet
CRÉATRICE DE
NET-A-PORTER.COM

A sa mère anglaise, ex-mannequin chez Chanel, elle doit sa passion pour la mode. A son père, américain, publiciste dans le cinéma, sa fibre créative. L'aventure débute en 1999. A Londres, où elle réside, Natalie Massenet crée la toute première boutique en ligne de vêtements des plus grandes marques. Elle y ajoute des conseils, quelques articles et interviews de créateurs. Net-a-porter.com est né. Dix ans plus tard, le site fait la tendance partout dans le monde. Il comptabilise quelque 400 salariés, plus de 200 marques livrées dans 170 pays et, chaque mois, 7 000 nouvelles clientes. Cerise sur le gâteau, il est considéré comme « l'une des 100 entreprises où il fait bon vivre en Angleterre », dit le *Sunday Times* cette année. ♦ **V. S.**

Son actualité en 2009 : la naissance du petit frère theOutnet.com, spécialisé dans le déstockage, et de Net-App, une application pour iPhone.

Ses projets : « *Top secret...* »

Sa devise : « *Enjoy your life !* »



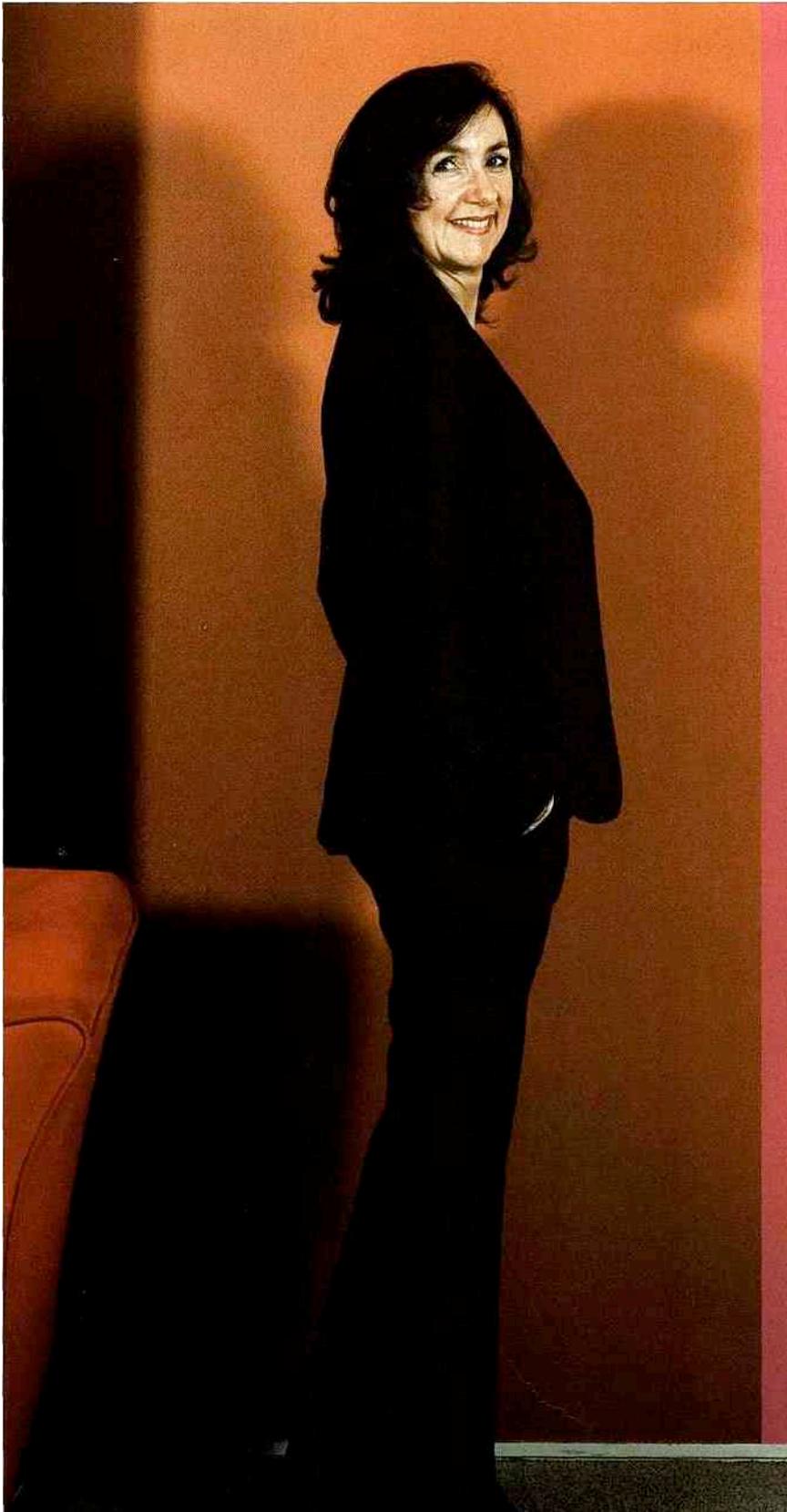
Nathalie Obadia, GALERISTE

Elle fait partie des rares femmes de sa génération à diriger une galerie d'art contemporain. Et non des moindres. Fille de collectionneurs, Nathalie Obadia a grandi dans les galeries et les ateliers, et n'a toujours rêvé que de ça : vendre des tableaux. « Pour être au cœur de la passion intellectuelle et de l'enjeu financier. » Son diplôme de Sciences po en poche, elle se lance à l'assaut du marché de l'art, fait ses armes chez Daniel Templon, puis ouvre, à 30 ans, sa propre maison. D'emblée, elle mise sur de nouveaux talents. Carole Benzaken, Pascal Pinaud... Et ne se trompe pas. Défricheuse, cette marchande dans l'âme aime autant l'échange avec les collectionneurs que la découverte de nouveaux artistes. Elle fut la première à parier sur des signatures aujourd'hui majeures comme Fiona Rae ou l'Allemand Albert Oehlen, à qui le musée d'Art moderne de la Ville de Paris consacre actuellement une rétrospective. ♦ **M. V.**

Son actualité en 2009 : l'ouverture de sa deuxième galerie à Bruxelles.

Ses projets : une exposition consacrée à Martin Barré à Berlin, en janvier 2010.

Sa devise : « *Exister, c'est insister. Et cela marche dans les deux sens !* ».



Lyse Costa, DIRECTRICE DU MARKETING CHEZ MARIONNAUD

Elle est la première acheteuse de beauté en France. Normal : directrice du marketing et des produits chez Marionnaud, c'est elle qui décide ce que l'on trouvera dans les 560 magasins de la marque, première enseigne nationale du secteur. Le cosmétique ? Elle est tombée dedans toute petite. A peine sortie de son école de commerce à Rouen, elle débute aux achats des produits hygiène et beauté pour les hypermarchés Continent, passe ensuite chez Sephora s'occuper des parfums, puis devient directrice de la beauté chez Monoprix. Depuis mai 2007, elle est chez Marionnaud, à la tête d'une équipe d'une quarantaine de personnes. Ici, 20 millions de produits de maquillage, de soins ou de parfums sont vendus chaque année. Ses fiertés ? Le lancement d'une ligne bio, l'année dernière, ou l'association avec Inès de la Fressange dans un projet caritatif pour Noël cette année... **G. C.**

Son actualité en 2009 : le lancement, au nom de la griffe, d'une vaste ligne aux fruits (bain, gel, gommage...).

Ses projets : « Fidéliser encore plus les 9 millions de femmes qui ont une carte Marionnaud dans leur sac ! »

Sa devise : « Gardons le sourire ! On n'est pas obligé d'être sinistre pour être pris au sérieux. »

Elisabeth Ponsolle des Portes, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DU COMITÉ COLBERT

Le parcours est atypique. Agrégée de lettres classiques, Elisabeth Ponsolle des Portes est d'abord professeure, avant de passer par le ministère de la Culture, puis par l'Unesco. En 2003, changement de décor. L'universitaire dans l'âme rejoint le secteur privé et le Comité Colbert. Le fil rouge de tout cela ? « Défendre une idée qui m'est chère : le patrimoine. Qu'il soit littéraire, artistique ou industriel. » Au comité, elle œuvre avec les 70 grandes maisons du luxe français pour valoriser ce lien si particulier qui les unit à notre culture. Son défi ? Aider ces maisons à s'enraciner dans leur histoire, mais aussi à se projeter dans l'avenir. Un message qu'elle porte par-delà les frontières : en Chine, en Russie..., et qui participe à conserver le leadership du luxe français dans le monde. ● L. B.

Son actualité en 2009 : elle a fait plancher les maisons sur le développement durable. Et va inaugurer *cColbert*, expo virtuelle sur le luxe français, visible dans toute la Chine.

Ses projets : investir les pays du Golfe en 2010.

Sa devise : « Devoir, dignité, désintéressement. »



Nicole Lattès, ÉDITRICE

Après des débuts chez Gallimard puis dans la maison créée par son époux, Jean-Claude Lattès, elle fonde les éditions Nil en 1993. Depuis, cette femme décidée, également directrice générale de Robert Laffont, a multiplié les best-sellers, d'*Une année en Provence*, de Peter Mayle, à *Le Moine et le Philosophe*, du tandem Revel-Ricard. Son dernier « coup » en date s'appelle *Le Cercle littéraire des amateurs d'épluchures de patates*, de Shaffer et Barrows, un roman épistolaire déjà écoulé à 225 000 exemplaires. Son prochain défi n'est autre que le premier tome des *Mémoires* de Jacques Chirac : « J'ai déjà édité deux de ses livres et lui avais dit, à son départ de l'Elysée, que je serais très fière de publier ses souvenirs. Un jour, il m'a dit que le moment était venu... » ● J. D.

Son actualité en 2009 : le succès du roman de Shaffer et Barrows et la sortie des *Mémoires* de Jacques Chirac, le 7 novembre.

Ses projets : confidentiels.

Sa devise : « "Il faut toujours avoir des rêves assez grands pour ne pas les perdre de vue pendant qu'on les poursuit." C'est de Faulkner. »



Yoyo Maeght, DIRECTRICE DES ENTREPRISES MAEGHT

La Fondation Maeght, sise à Saint-Paul-de-Vence, rassemble l'une des plus importantes collections d'art moderne en Europe. Près de 200 000 visiteurs viennent chaque année y admirer les œuvres de Miro, Calder ou Chagall. En digne héritière, Yoyo Maeght continue de faire rayonner ce temple de l'art érigé par son grand-père en 1964. Elle est aussi directrice de Maeght Editeur, le n° 1 de la vente de lithographies et de gravures dans le monde – 12 000 titres publiés et 1 million d'euros de chiffre d'affaires par an. Fidèle à la tradition familiale, elle organise un peu partout des expositions pour faire connaître de nouvelles signatures. A Paris, elle a récemment présenté le travail du Japonais Aki Kuroda et du graphiste chinois Chen Man. Et, dès qu'elle le peut, elle monte des expos à Pékin et à New York, où elle vient d'installer des bureaux. ● V. S.

Son actualité en 2009 : première participation de la galerie Maeght à l'Armory Show, à New York.

Ses projets : « Former les artistes à la culture des pays dans lesquels ils exposent. »

Sa devise : « Mieux vaut se perdre dans sa passion que perdre sa passion », d'après une maxime de saint Augustin.





Natalie Bader, PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE DE FRED

Diplômée de l'Idrac, Natalie Bader a été directrice marketing Parfum Beauté chez Chanel, puis chez Sephora, avant d'être nommée PDG du joaillier Fred en 2006. Directe, médiatique, son style tranche avec la discrétion de la place Vendôme. « La joaillerie a pris beaucoup de retard sur les accessoires. Il faut affirmer son style et mettre enfin le bijou dans la vie », explique-t-elle. La recette de son succès ? Des boutiques moins intimidantes, des campagnes de pub avec Kate Moss, des créations design (les bagues Success Caviar, Skin) qui jouent aussi le joker de la transversalité.

Son actualité en 2009 : Des pendentifs-figurines Fredy's signés Jean-Paul Goude, pour Noël prochain. ● **Ch. Br.**

Ses projets : une montre mixte (la Gladiateur Collector), des déclinaisons du bracelet mythique Force 10.

Sa devise : « Ce sont ceux qui osent qui gagnent. »

Véronique Gautier,

PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE JEAN PAUL GAULTIER SA

Diplômée d'une école de commerce, cette Niçoise solaire a pris la direction de la maison Jean Paul Gaultier à la fin de 2008, après huit années passées chez Hermès comme président du directoire des parfums puis directeur général de la maroquinerie. Experte en parfumerie, son nom est associé au lancement de grands jus : XS chez Paco Rabanne, Déclaration chez Cartier (en tant que directeur du marketing des parfums), Terre d'Hermès récemment (où elle continue de présider le conseil de surveillance des parfums)... Jugeant « avoir besoin de travailler avec plaisir pour donner le meilleur d'elle-même », elle fonctionne à l'émotion, et « laisse parler ses tripes » quand diriger oblige souvent à faire fi d'elles. « Le monde de la création est celui du rêve couplé à une grande rigueur. J'écoute les envies de Jean Paul Gaultier pour les transformer en réalité. Mon but est qu'il soit libre. » ● **K. P.**

Son actualité en 2009 : lancement de Junior Gaultier, ligne pour enfants.

Ses projets : un nouveau vestiaire masculin et une gamme de chaussures enrichie, au début de 2010.

Sa devise : « Tout est possible. »





Franka Holtman, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE L'HÔTEL MEURICE

Le Meurice était une « belle endormie », il est aujourd'hui l'un des palaces les plus courus de la capitale. Une métamorphose orchestrée par Franka Holtman, déjà passée par le Ritz, le Crillon et le Plaza Athénée. En 2006, elle prend les rênes du plus vieux palace parisien, avec le défi de le réveiller sans jamais le trahir. L'énoncé de la localisation manque de glamour ? Elle transforme la formule « rue de Rivoli » par « face aux Tuileries ». Les salons et les restaurants lui semblent ternes et froids ? Elle a l'audace de choisir Philippe Starck, qui lui propose d'en faire un palais de lumière, jouant sur des effets de miroirs et proposant à sa fille, l'artiste Ara Starck, de peindre une immense tenture couvrant le dôme de façon ludique et théâtrale à la fois. Dans la foulée, elle crée un prix Meurice pour l'art contemporain et transforme l'ancien jardin d'hiver en restaurant, le Dali, en hommage à celui qui passa ici chaque hiver durant trente ans. Résultat ? La satisfaction des fidèles. De plus en plus nombreux. » **L. B.**

Son actualité en 2009 : réalisation d'iPod pour les joggeurs, une terrasse adossée au spa Valmont.

Ses projets : restaurer la Belle étoile, la suite la plus vaste et la plus belle du palace.

Sa devise : « Sois toi-même. »

Véronique Morali,

FONDATRICE

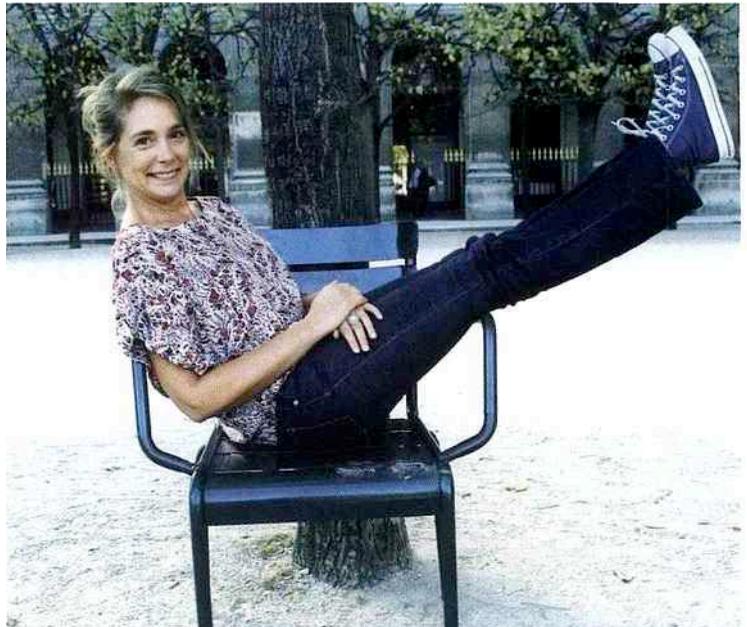
DE TERRAFEMINA.COM

Enarque, elle aurait pu se contenter d'une carrière toute tracée. Véronique Morali en a décidé autrement. Malgré un agenda de ministre (présidente de Fimalac Développement, administratrice d'Havas...), elle crée, en 2005, Force Femmes, une association pour les recalées de l'emploi après 45 ans. En 2008, naît Terrafemina.com : plus qu'un site pour les femmes, un réseau solidaire qui organise avec succès débats et colloques. **S. W.**

Son actualité en 2009 : la rénovation du site, désormais plus interactif.

Ses projets : « Ouvrir des antennes régionales à Bordeaux, Lille et Lyon. »

Sa devise : « Se dépasser et rester attentive aux autres. »



Marie-Anne Dudouit

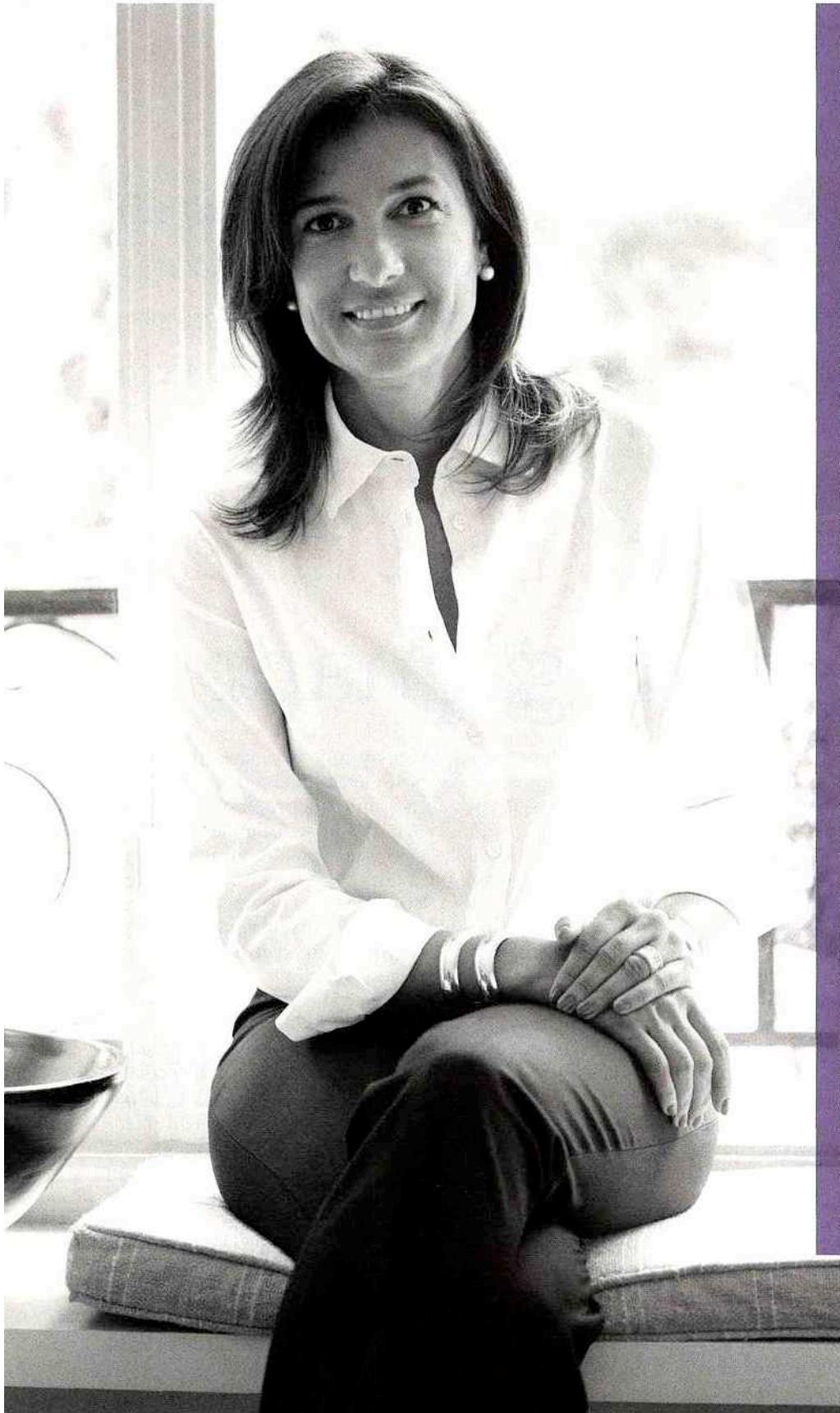
FONDATRICE DE BLONDE MUSIC

La chanson de Camille, dans le film d'animation *Ratatouille*, c'est elle. Les 500 000 albums vendus de *Rose*, encore elle. Le premier disque de Luciole, toujours elle. Marie-Anne Dudouit est éditrice musicale et sait dénicher les talents ! Adolescente, elle ne rêvait pourtant que d'une chose : devenir conservatrice de musée. Les hasards de la vie l'entraînent chez Polydor, Virgin, puis Fnac Music, où elle découvre le copyright. Un véritable déclic... En 1995, elle crée Blonde Music, une maison d'édition chargée d'accompagner des artistes. Etienne Daho et Cassius lui font confiance. Ils ont raison. Aujourd'hui, elle gère les droits d'une quarantaine d'artistes, dont Jane Birkin. **V. S.**

Son actualité en 2009 : le passage de l'édition à la production, comme avec le groupe 1973.

Ses projets : produire plus d'interprètes.

Sa devise : « Emettre pour rayonner. »



Agnès Cromback

PRÉSIDENTE

DE TIFFANY & CO

FRANCE ET BENELUX

Elle a grandi à Lyon, où ses parents dirigeaient la société Augis. Une affaire familiale de création de bijoux et médailles née en 1830... et transmise de père en fils. Belle revanche, Agnès Cromback est aujourd'hui présidente France et Benelux de Tiffany, premier joaillier mondial. Dès son arrivée dans la maison, en 1999 (dix ans tout juste !), elle se fixe pour mission d'imposer la griffe, alors méconnue en France. Pour cela, elle travaille année après année l'image et la communication, se démarquant volontairement des grands joailliers français pour valoriser ce qui fait l'âme de Tiffany : le symbole même d'un New York glamour et plein d'énergie. Stratégie gagnante puisque la maison connaît une notable progression de chiffre d'affaires. Son but désormais ? Faire du bleu Tiffany une couleur aussi reconnaissable – et aussi désirable – que le fameux orange Hermès. ● L. B.

Son actualité en 2009 : la (ré) ouverture d'une boutique au grand magasin du Printemps ce mois-ci. Des inaugurations également à Bruxelles et à Amsterdam.

Ses projets : agrandir son réseau de vente en France.

Sa devise : « *Inspire and require* » (inspirer et exiger)...