

Avivah WITTENBERG-COX

Alison MAITLAND

La croissance dépend aussi des femmes...

Womenomics

© Groupe Eyrolles, 2008

ISBN : 978-2-212-54024-6

EYROLLES

Éditions d'Organisation

SOMMAIRE

Avant-propos	1
Préface.....	3
Remerciements.....	9
Chapitre I	
LE POUVOIR DES FEMMES	13
Garantes de la croissance	14
La dimension stratégique du fossé des genres.....	17
Coût d'opportunité.....	21
Valoriser la différence	24
Parler la langue des deux sexes.....	26
La crise démographique n'est pas une fatalité	29
Les ruptures/discontinuités/bouleversements du XXI ^e siècle : climat, femmes, Web	33
Chapitre II	
L'ESSENTIEL DU TALENT	37
L'heure de la « guerre des talents » a sonné.....	38
La matière grise des femmes.....	40
Des talents insuffisamment utilisés	44
Le rôle des écoles de commerce.....	46
Aller chercher les talents.....	48

Chapitre III

LES REINES DU MARCHÉ	77
Pouvoir d'achat : au-delà de la parité	79
Finances féminines	82
Sexe et segmentation	89
Vendre aux femmes : un marketing aux multiples visages.....	93

Chapitre IV

VERS L'ENTREPRISE BILINGUE	105
Un nouveau regard sur les approches traditionnelles de la mixité dans l'entreprise	106
Égales et différentes	109
Les dilemmes de la diversité	112
Méritocratie... masculine	115
Surprenants secteurs	119
Une nouvelle approche de la mixité.....	120
Les briques de base du bilinguisme.....	129

Chapitre V

SEPT ÉTAPES POUR RÉUSSIR LA MISE EN ŒUVRE	137
Éveiller votre équipe dirigeante	139
Établir les arguments économiques	143
Permettre aux résistances de s'exprimer.....	146
Un enjeu économique, pas une question de femmes.....	149
Changer avant de parler	155
Ne mélangez pas les messages	159
Un budget, pas seulement des volontaires	163

Chapitre VI

LA CULTURE COMPTE : CE QUE LES PAYS PEUVENT FAIRE	173
P-DGères et mères	173
Le meilleur et le pire : des résultats surprenants	177
Allemagne : le poids des traditions.....	181

Sommaire

France : la conciliation apaisée	183
Compromis américain imparfait	188
Des continents de contrastes	194
Allier politiques publiques et initiatives du secteur privé	202
Chapitre VII	
COMPRENDRE LES FEMMES	209
Ce que les entreprises doivent savoir des femmes	210
Mal à l'aise avec les « jeux politiques ».....	211
Les carrières ne sont pas linéaires.....	222
La tentation de l'entrepreneuriat	238
D'autres visions du « pouvoir ».....	240
Les femmes, les hommes, la réussite et les médias	241
Des agents du changement à leur manière.....	246
Chapitre VIII	
LES TENDANCES DE DEMAIN SE DESSINENT AUJOURD'HUI...	251
De nouveaux modèles de travail	253
Les pères sont aussi des parents	256
La technologie : alliée et partenaire	259
La valeur de l'intelligence « grise »	264
Répondre aux attentes de la génération « me »	269
C'est déjà demain.....	274
Chapitre IX	
DES ENTREPRISES MEILLEURES, UN MONDE MEILLEUR ?	277
Nouvelles voix, nouveaux choix.....	278
De nouvelles mesures de la réussite.....	281
Conclusion	285
Lectures pour aller plus loin	291
Index	299