

Avec Marina Andrieu, cheville ouvrière de la place des femmes dans le numérique

Encore trop peu de créatrices

Le premier Eskills for women de Nyuko a été un succès

PAR THIERRY LABRO

L'équation paraît simple: le Luxembourg a besoin de ressources humaines dans le numérique et les femmes y sont sous-représentées. Réunir la demande et l'offre sera, comme partout en Europe, une épreuve de longue haleine.

«Au Luxembourg, il n'y a qu'un créateur d'entreprise sur dix qui soit une femme.» Aujourd'hui project manager chez Nyuko – comme elle l'était déjà à l'Impactory, où le mouvement a vu le jour –, Marina Andrieu-Thiriet sait à la fois que la route sera longue avant un semblant d'égalité hommes-femmes mais que la mayonnaise semble prendre. «La place de la femme doit devenir de plus en plus importante dans l'économie numérique. Elle est encore largement minoritaire. C'est pour cela que nous devons créer des formations adaptées, des événements, des scènes pour pitcher, des occasions de créer des start-ups ou promouvoir des études informatiques.» Là où on pourrait tiquer de devoir en passer par des initiatives spécialement pensées pour les femmes, comme si elles ne pouvaient pas intégrer ce qui existe sans notion de sexe, Andrieu-Thiriet rappelle un code culturel souvent brandi par celles qui s'occupent de la promotion de la femme dans le monde digital.

Deux fois plus de demandes

«Dès l'enfance, on voit la différence qui existe entre les petits garçons, leurs jeux vidéos et les petites filles... Aujourd'hui, il y a une prise de conscience des femmes qu'elles ont un vrai rôle à jouer. Et que pour dépasser une sorte de manque de confiance, il faut qu'elles puissent être entre elles à des sessions de formation au code.»

Nyuko a terminé sa première session intitulée «Eskills for women» en présence du ministre du



Pour Marina Andrieu-Thiriet, il faut multiplier les occasions de voir des femmes s'engager dans l'économie digitale. (PHOTO: LEX KLERN)

Travail, Nicolas Schmit et d'Isabelle Schlessler, de l'Adem, signe de la volonté de soutenir ces initiatives encore trop peu méconnues. «La première session a réu-

ni quinze femmes mais nous avons deux fois plus de demandes. De femmes qui viennent d'horizons différents», raconte-elle en annonçant une nouvelle session l'an

prochain. Nos voisins ne font pas les choses différemment. En France, par exemple, ces mobilisations d'acteurs ont abouti à la création du fonds de garantie à l'initiative des femmes (FGIF) qui garantit des prêts de 2 à 7 ans, d'un minimum de 5.000 euros pour les femmes voulant créer, développer ou reprendre une entreprise. Ou encore Femmes Business Angels, réseau de femmes Business Angels, PWN Paris qui récompense les entrepreneures responsables ou encore La journée de la femme digitale.

Le 24 octobre, l'événement Rail's Girls au forum Geeseknappchen, avec Digital Lezebuerg, Girls in tech et le Syndicat national de la jeunesse, permettra à cinquante jeunes femmes de plus de 15 ans de participer au codage de leur première application.

Pour combattre les stéréotypes, la project manager appelle à aller bien plus loin, à organiser la programmation informatique au lycée ou à la faculté, à aménager la présence de femmes dans les événements de start-ups – ce qui est déjà bien plus souvent le cas en réalité, même si les orateurs sont bien plus souvent masculins.

Carole Theis, de l'Adem à l'e-commerce

Luxembourg. L'idée est venue de l'Adem. «Je demandais des cours d'informatique, on m'a proposé de suivre Eskills for women. J'ai foncé!» Carole Theis est comme ça. Sortie des Arts et métiers où elle avait eu quelques cours d'informatique, elle a en tête l'idée d'une bijouterie en ligne. «A 27 ans», sourit-elle, «il paraît que c'est l'âge idéal pour se lancer dans l'entrepreneuriat.»

Plus que de confiance en elle, c'est d'information dont elle dit avoir manqué avant de tomber sur ce programme. «J'ai vraiment tout fait pour que ça marche! La formation m'a permis de comprendre cet univers virtuel. D'abord comment gérer un site d'e-commerce, puis de dis-

cuter avec des gens qui créent. Parce qu'on ne se rend pas toujours compte mais ils parlent un langage particulier qu'il faut pouvoir comprendre pour obtenir ce que l'on veut ou ce qu'il est possible de faire. Puis d'apprendre à utiliser les réseaux sociaux.»

L'idée de société est devenue une réalité avec l'aide d'une «webmasteuse», dit-elle en féminisant spontanément ce métier. Le site est à la fois épuré, élégant et efficace. Elle y propose des bijoux de créateurs à des prix moins élevés que certaines bijouteries. «J'aime les pierres naturelles et cela me donne l'occasion de montrer le travail de créateurs, dont le mien. Pour l'ins-

tant, je travaille beaucoup avec l'argent et le doré et des pierres que je vais chercher en Allemagne mais je songe à aller chercher d'autres belles pierres en Thaïlande. Le prix est concurrentiel parce que j'ai des marges inférieures, probablement, à d'autres acteurs.»

Elle se félicite d'avoir déjà obtenu le label «Made in Luxembourg», qui «me donne de la visibilité. En réalité, l'objectif du site est double, il permet de trouver des clients, évidemment, mais ils ne sont plus obligés de se déplacer pour voir mes créations. C'est un commerce et une vitrine.»