



Voice des femmes en entreprise *Comment se faire entendre ?*

Pourquoi ce projet vous est-il adressé ?

Dirigeante, membre d'un comité de direction, vous avez bâti votre carrière professionnelle en jouant des coudes dans des milieux (et à un niveau) où les hommes sont souvent majoritaires.

Vous avez traversé le « plafond de verre » et vous avez réussi à vous imposer dans ces réunions où les hommes faisaient entendre leur voix sans hésitation, avec l'aplomb hérité d'un contexte culturel séculaire. Parfois même, vous avez échoué !

Vous avez senti tout le poids de l'imaginaire collectif, qui associe le leadership aux voix graves, tant dans la sphère politique que dans l'entreprise*.

Et pourtant...

- ⇒ Vous êtes convaincue qu'une femme n'a pas besoin de forcer la voix pour se faire entendre,
- ⇒ Vous avez développé des « trucs » et des techniques pour vous faire entendre, au sens propre comme au sens figuré,
- ⇒ Vous souhaitez faciliter le trajet de toutes celles qui emprunteront un chemin analogue au vôtre,
- ⇒ Vous croyez à la force des témoignages et à la puissance du collectif,

Alors peut-être ce projet peut-il vous intéresser !

Concrètement, de quoi s'agit-il ?

Réalisation d'une série de témoignages vidéos émanant de dirigeantes et de femmes de tête qui ont eu à asseoir leur légitimité parmi les hommes. Apporter ainsi un éclairage concret sur la réalité des femmes en entreprise, avec un focus tout particulier sur la voix.

Diffusion de ces micro-interviews sous forme de web-série, à partir d'une chaîne Youtube ou d'un site dédié créé en partenariat avec le(s) financeur(s) du projet.

Création d'un montage global à destination des réseaux de femmes et invitation de celles qui le souhaitent à prendre la parole lors d'événements où ce montage sera projeté.

* Les études autour de la voix des femmes sont nombreuses et montrent que celle-ci a progressivement baissé au cours des dernières décennies. Elles mettent en lumière le fait que les hommes qui ont une voix plus grave ont plus de chance d'être élus et qu'un PDG est d'autant mieux payé qu'il a la voix grave.
<https://usbeketrica.com/article/pourquoi-les-femmes-ont-la-voix-de-plus-en-plus-grave>



Pourquoi participer, pourquoi témoigner ?

Pour soutenir les femmes en entreprise et alimenter une forme de solidarité féminine importante pour l'égalité des sexes dans le monde du travail,

Pour le faire de façon positive, sans militantisme mais de façon concrète, incarnée, contribuant à inscrire dans le monde professionnel cette « féminité en entreprise »,

Pour apporter votre regard unique, votre voix, et oser donner de vous une image vraie, sans fard, peut-être plus décalée, plus intime, laissant la place aux fragilités (voire aux ratés)... Une image plus féminine ?

Pour rencontrer d'autres dirigeantes et échanger sur ce sujet (et sur d'autres).

Vous souhaitez participer : combien de temps cela vous prendra-t-il ?

Interview de 45 minutes dans vos bureaux ou dans un lieu de votre choix, à la lumière du questionnaire proposé en annexe 1.

Les 15 dernières minutes de l'interview pourront être consacrées à « répéter » une histoire racontée pendant l'interview et qui mériterait d'être mise en forme pour le montage final.

Validation du montage et du mode de diffusion (+ date).



Annexe 1 : Questionnaire pour préparer l'interview

Ce questionnaire n'a pas vocation à être rempli par écrit, il forme une matrice de questions pouvant alimenter votre réflexion et nos échanges au cours de l'interview.

1. Prendre la parole parmi les hommes : est-ce un sujet pour vous, dans le cadre de votre activité professionnelle ?
2. A quelle fréquence êtes-vous amenée à prendre la parole dans une réunion ou devant une assemblée à dominante masculine ? Est-ce que cette fréquence a varié au cours de votre vie professionnelle ?
3. Est-ce que certaines prises de parole ont été décisives dans votre progression professionnelle ?
4. Vous souvenez-vous d'expériences particulières où vous n'avez pas réussi à vous faire entendre ?
5. Avez-vous développé des techniques (des astuces, des méthodes...) pour vous faire entendre dans de telles circonstances ? Si oui, s'agit-il de techniques vocales/corporelles, et/ou comportementales ? Lesquelles ?
6. Pouvez-vous raconter des expériences positives (anecdotes) où vous avez eu le sentiment d'être (vraiment) entendue ?
7. Avez-vous souffert de votre voix (son timbre, sa qualité) ?
8. Du point de vue du leadership, pensez-vous qu'il existe un charisme proprement féminin ?
9. Avez-vous le sentiment que les nouvelles générations font bouger les lignes sur ce sujet ?
10. Que diriez-vous à une jeune femme entrant dans la carrière semblable à la vôtre ?



Annexe 2 – Les actrices du projet (biographies)

Donatiennne du Jeu, coach pour la prise de parole en public



Agrégée de Lettres modernes, Donatiennne du Jeu mène une première vie professionnelle dans l'enseignement avant de devenir consultante en communication en 2014. Spécialiste des mots, elle accompagne les entreprises dans leur stratégie de communication corporate pour les aider à développer un ancrage médiatique efficace et enrichir leurs réseaux d'influence. Par ailleurs, forte d'une expérience de 20 ans en tant que chanteuse lyrique et créatrice de spectacles musicaux, elle est aussi formatrice pour la prise de parole en public. Son travail se fonde sur l'expertise de la voix et l'expérience de la scène. Elle développe enfin une activité de chroniqueuse web autour de la « poésie de la technologie ». www.donatiennedujeu.com

Anne-Laure Cahen, journaliste et réalisatrice



Anne-Laure est journaliste, réalisatrice, photographe, caméraman. Depuis plus de 10 ans, elle réalise des reportages sur des sujets variés et parcourt le monde avec sa caméra ou son appareil photo. Ses domaines de prédilection : la géopolitique, l'environnement et l'économie sociale. Elle a travaillé pour Arte, TV5 MONDE, France 5, France 0, BFMTV ou encore l'agence SIPA. A travers des histoires d'hommes et de femmes, elle aime raconter les contrastes de notre monde. Forte de son expérience journalistique, Anne-Laure a réalisé de nombreuses vidéos pour des clients institutionnels : Sanofi, Suez, UNESCO, PlanetFinance, Agence Spatiale Européenne, Comité régional du tourisme en Ile-de-France. Elle développe en parallèle des projets au long cours à l'image de son travail transmédia sur le fleuve Nil.