



Conférence-débat : "Encourager les femmes à s'appropriier le monde digital"

Transcript

Viviane Reding

Vous voyez nous avons une petite avance et ces jeunes femmes qui ont terminé l'université, elles vont travailler avec le résultat que dans la tranche d'âge 25-34 ans les femmes gagnent, au Luxembourg, plus que les hommes. C'est une exception européenne parce que normalement, c'est le contraire. Vous avez toutes déjà entendu parler du *gender pay gap* : les 16% de moyenne européenne que les femmes gagnent moins que les hommes. Voilà pourquoi j'avais inventé un *equal pay day* le jour où les femmes ne gagnent plus rien et travaillent pour rien, c'était en 2017, le 3 novembre, et ça change tous les ans selon les statistiques. C'est pour vous montrer qu'ici à Luxembourg, c'est une exception à la règle, parce que, et ça a aussi à faire avec les études ces jeunes femmes entre 25 et 34 ans sont diplômées à 51% contre 37% des hommes seulement. Mais à partir de 34 ans terminé le bonheur, nous rejoignons la moyenne européenne pour la simple raison que la maternité, souvent, vient interrompre ce lancement des femmes dans le business.

Donc quelle est la spécificité, à part les bonnes nouvelles que je vous ai dites, des femmes au Luxembourg ? Et bien elles sont surreprésentées dans le secteur de l'éducation 64%, dans le secteur santé et affaires sociales 73%, le temps partiel est presque exclusivement une affaire de femme. Le temps consacré à des tâches domestiques est en moyenne de 4 heures, 2 heures pour les hommes, mais bonne nouvelle, les hommes commencent à prendre le congé parental. Il y a de plus en plus de papas, leur nombre a été multiplié par 3, qui prennent le congé parental. Ce qui veut dire qu'il y a un changement de mentalité qui s'installe lentement, mais sûrement, les hommes et les femmes veulent être des égaux et partager toutes les tâches dans la vie.

Là, où c'est moins brillant, c'est chez les femmes de pouvoir, les femmes managers, les femmes dans des hautes sphères de décision, les femmes directeurs ou les femmes CEO la moyenne luxembourgeoise est très basse, une des plus basses en Europe 24%. Mais tous les postes de management aussi sont très bas, contre une moyenne de 36% en Europe donc on n'est pas très bien placé. Les femmes dans les conseils d'administration c'est carrément l'horreur nous sommes 12%, moyenne européenne 25% et pour les française et français qui seraient parmi vous, en France c'est 43% parce qu'ils ont une loi sur les quotas. Donc voilà à peu près la situation, je pense que c'était important d'expliquer un peu en général où les femmes se trouvent, ce qu'elles font, quels sont leurs problèmes, parce que quand on saute maintenant au digital, on amplifie tous les chiffres que je viens de vous dire.

Tout d'abord le digital en général, j'ai entendu une fois dans une conférence, une phrase très intéressante: « the digital will not support business, it will be business ». C'est-à-dire que le digital ce n'est pas 1 ou 2 ou 3 ou 5 professions avec les ingénieurs et les mathématiciens, non, le digital va se retrouver en horizontal partout. Toutes les professions seront influencées et 90% des jobs de l'avenir demanderont, en effet, des connaissances digitales. Donc, sans connaissances digitales, on avancera plus. Or où sont nos femmes et bien 16% des spécialistes en matière de technologie et 17% des étudiantes en matière de technologie, c'est-à-dire les femmes sont nulle part. Et si on ne fait pas un énorme effort ça va se ressentir. Les bons chiffres que je vous ai dits pour nos jeunes femmes entre 25 et 33 ans ne vont pas rester aussi bon et ne pourront pas se répercuter avec l'âge si nous n'allons pas résoudre ce problème du digital.

Je ne comprends pas en fait pourquoi les femmes ne prennent le digital en pleine main. Parce que voyez-vous, pour nous cela a toujours été difficile, j'en ai encore discuté avec Christiane Wickler, quand nous avons commencé à travailler nous étions les seules femmes, et il y avait des structures établies depuis des centaines et des centaines d'années, il était donc très difficile de pousser. Là il n'y pas de structures, c'est tout à fait nouveau, il n'y a pas le poids des millénaires qui est sur les épaules. On peut inventer, on peut y aller, on peut innover, on peut façonner. Et donc c'est un peu ça le message qu'on doit faire passer aux femmes. C'est la raison pour laquelle je suis très contente que la présidente de WIDE (Women In Digital Empowerment) soit avec nous pour nous dire un peu comment ils s'insèrent pour aider les femmes à comprendre.

A la Commission Européenne et au Parlement Européen, nous nous sommes saisis de cette affaire, il y a la *digital skills and jobs coalition* avec 300 membres et 90 organisations ils s'engagent pour la formation et la certification ce qui est très important, aussi, et c'est nouveau pour les stages. La commissaire aux technologies vient de lancer un projet pilote pour faire des stages spécifiques sur la cyber sécurité, l'intelligence artificielle et le big data. Il y aura 6 000 postes en 2018. J'ai déjà parlé avec elle pour qu'elle fasse un effort spécifique pour les jeunes femmes dans ce sens-là. Et puis, il y a aussi la nouvelle stratégie *Women in digital* qui essaie de casser les stéréotypes, mais là, je ne vais pas tellement en parler parce qu'il y 2 spécialistes avec nous.

Tout d'abord Mme Wickler qui voit cela d'un point de vue du très concret, de l'entrepreneur qui voit changer la manière avec laquelle on va travailler, les postes de travail en eux même, le monde du travail, le monde de l'entreprise, comment elle voit le futur. C'est l'entrepreneur qui fait dans le vrai, pas dans le moderne donc dans le traditionnel, mais elle va aussi vous expliquer comment le traditionnel sera influencé, c'est-à-dire ce que j'ai dit horizontal tous les jobs seront influencés. Et ensuite la jeune femme qui s'occupe spécifiquement du digital, on apprendra comment on peut donner goût aux jeunes femmes pour qu'elles prennent en main ces nouvelles technologies et qu'elles s'engagent dans ce sens-là. Voilà un peu la base de nos discussions d'aujourd'hui et je voudrais demander à Christiane de prendre la suite.

Christiane Wickler

Bienvenue dans cette magnifique maison de l'Europe. Moi, je suis, en effet, une entrepreneure très « hands on » nous vendons des petits-pois et carottes, entre autres. C'est quelque chose qui, je pense, aussi longtemps que le monde survivra ne changera pas. On mangera et on essaiera de manger 3 fois par jour, c'est ça la bonne nouvelle. Nous sommes des femmes et nous continuons à bien aimer les vêtements et les chaussures et ça on se l'approprie et on en est fière. Et alors ce monde digital dans l'entreprise, dans le commerce nous donne des opportunités phénoménales. C'est surtout quelque chose dont il ne faut pas qu'on ait peur, mais qu'on se l'approprie. Parce que le fait d'avoir la lumière ici pour nous c'est quelque chose de tout à fait normal alors qu'avant, pour les gens, ce n'était pas normal, la digitalisation c'est exactement la même chose, ce sont des outils.

Moi je suis un peu embêtée des fois quand je monte dans ma voiture et que mon iPhone me dit 32 minutes pour arriver à la maison, je n'ai pas envie de rentrer à la maison donc qu'est-ce que tu me racontes. Donc c'est quelque chose qui par moment peut sembler très intrusif cette digitalisation partout. Mais d'un autre côté, il suffit de ne pas regarder et on ne voit pas.

La digitalisation, pour moi dans mon métier, ça va me permettre surtout avec les gens avec lesquels je travaille, avec mon personnel de leur donner un tout autre sens dans l'entreprise parce que les tâches qui n'ont pas beaucoup de sens dans l'abstraction vont disparaître avec la digitalisation. C'est-à-dire, pour donner un exemple très concret, la caissière peut redevenir une vendeuse, car faire la caisse, c'est quelque chose où on ne rentre pas en contact avec le client alors que la définition du commerce à la base, c'est un acte humain entre deux personnes. La caissière qui doit faire ses 500 clients par jour, qui est contrôlée si elle ne dépasse pas une minute trois secondes pour traiter un client. Cette caissière-là, elle ne trouve pas que c'est un acte humain de passer de la limonade, du coca cola et du papier toilette sur son tapis. Donc toutes ces tâches-là, on va avoir la possibilité de les faire faire par des machines grâce à la digitalisation, ce qui n'enlèvera rien à la qualité de ces produits ni à l'analyse après de la vente de ces produits. Par contre, la caissière peut redevenir une vendeuse dans le magasin, car c'est dans le magasin que nous en avons besoin pour les clients.

Parce que qui est notre grand concurrent dans les magasins physiques, [c'est les acteurs globaux]. Alors que le e-commerce, quelque part on va devoir se l'approprier aussi ça c'est clair. Dans les spécificités du marché luxembourgeois, une petite entreprise comme la mienne ne sera jamais en acteur global, j'aime beaucoup trop le local, le régional, le transfrontalier, mais tout près, que de devenir un acteur global. Mais l'acteur global, il est là, il n'a plus besoin de nous. Donc nous dans nos commerces physiques, on peut redevenir des vrais commerçants, c'est-à-dire, c'est aller à l'extérieur comme explorateur aller chercher des nouveaux produits pour aller les vendre à des clients.

Parce que si j'analyse mon commerce, il y a plein de produits qui sont tellement sous pression qu'à la limite les vendre, c'est mettre l'entreprise en danger par la marge. Donc tous ces produits qui sont pas, allez, ce n'est pas très sexy d'aller acheter du papier

toilette dans un magasin, donc si tous ces services-là vont être fait par des grands acteurs globaux nous en tant qu'acteur local, surtout au Luxembourg 50% de luxembourgeois, 50% de non-luxembourgeois le potentiel est énorme pour faire du vrai commerce c'est à dire aller chercher des produits que nos clients ont besoin pour leur offrir.

Dans la digitalisation, c'est la grande opportunité pour les personnes qui travaillent chez moi. Ils leur arrivent de nouveau du sens dans le commerce, du sens de pouvoir expliquer au client "si vous prenez ça...", "si vous ajoutez ça...", c'est ça la plus-value. La plus-value de la digitalisation peut devenir une plus-value extrêmement humaine si on le fait convenablement. Si on se dit pourquoi je suis là, qui est ma cible primaire (avec évidemment le respect pour chaque client qui entre dans le magasin), mais pour savoir voilà de quoi est-ce que mon client a besoin.

C'est là que le commerce change aussi avant, c'était le prix qui comptait. Pour 2 francs (ou 20 cent maintenant), on faisait des kilomètres, maintenant c'est le coût qui compte avec les bouchons, le parking à chercher... combien ça me coûte pour aller chercher ce produit dans le magasin et combien ça me coûte si une camionnette vient me livrer. On dépasse du prix vers le coût. Avant, c'était le produit qui dictait, il fallait avoir le produit-là, maintenant, c'est le besoin du consommateur. Donc nous en tant que commerçant avec la digitalisation justement, on peut de nouveau se poser la question quel est le besoin de mon consommateur. Où est-ce que moi en tant que prestataire de service et commerçant, je peux intervenir.

Avant, c'était aussi la publicité. Il y a une chose, qui, moi, en tant que commerçante m'agace, c'est le 1 produit + 1 produit gratuit, le gratuit ça n'existe pas, si je donne l'heure à quelqu'un, c'est gratuit, ou si je m'arrête en voiture pour laisser passer quelqu'un sur le passage piéton, c'est gratuit, mais le 2e ou 3e poulet que vous avez gratuitement il y a quelqu'un qui le paie. Et comme on a encore vu à Bastogne avec l'abattoir, c'est le cultivateur qui paie. Donc on paie des taxes, ce qui est normal, pour payer des subventions au cultivateur parce qu'ils ne savent pas vivre de leur travail pour que la grande distribution les pousse dans un coin et vivre soi-disant du poulet gratuit, non, je ne suis pas d'accord. Donc là ce n'est pas le produit qui compte, mais vraiment le besoin du consommateur. Et alors c'est le prix de cette publicité, c'est aussi la communication qu'on veut avoir avec son client. La communication doit être claire et doit être honnête. Là aussi grâce à la digitalisation ça nous force d'être transparent, car aujourd'hui tout est sur le net. Le commerce redevient quelque chose de beaucoup plus transparent et honnête. Entrer en communication avec son client, il n'y a rien de tel, parce qu'au lieu d'être caché quelque part et d'analyser des statistiques, on peut aller sur le terrain et écouter son client.

Aussi avec la digitalisation on a cette panoplie globale, on peut aller voir comment les Japonais font leurs sushis ou comment les Bretons utilisent le beurre. Tout ça aussi nous donne une certaine vitesse. On parle beaucoup des dangers, mais avant quand on voulait avoir un renseignement, il fallait aller à la bibliothèque, il fallait chercher le livre maintenant si on a 2 minutes pas de wifi, on s'énerve déjà. On est donc devenu extrêmement rapides et on a soif d'apprendre. Mais évidemment cela cache aussi par moment des pièges: par exemple, quand je vois les gens traverser la rue, il y a eu énormément d'accidents cet hiver avec des piétons, je pense que c'est les deux, piétons et automobilistes qui sont

responsables, car ils sont tous les deux greffés sur leurs iPhones. C'est quelque chose qu'on va devoir apprendre à gérer aussi.

Donc pour moi personnellement, la digitalisation maintenant franchement quand j'appuie sur le bouton et que la lumière s'allume, c'est tout ce qui compte, les effets physiques, je m'en fous. Dans la digitalisation, c'est la même chose le temps que j'appuie sur un truc et que j'ai l'information, la langue ou autre, je m'en fous. Mais ça ne m'intéresse pas non plus de savoir comment la dernière couture de mes chaussures est faite donc il va falloir qu'on apprenne à relativiser. Et surtout qu'on apprenne à enlever la peur, on n'a pas besoin d'avoir peur, c'est à nous de décider si internet va devenir notre maître ou notre outil. C'est à nous de décider, c'est notre responsabilité.

Pour nous les femmes, justement, je crois que c'est aussi un potentiel parce que ça ne nous intéresse pas trop comment ça arrive là, on veut avoir le résultat parce qu'on a autre chose à faire après. Là aussi, je vois une grande chance parce que l'internet est « no gender », il ne s'adresse pas uniquement aux hommes, ou à 70% pour les hommes et 30% pour les femmes, non, c'est pour tout le monde. Surtout la jeunesse aussi qui est née avec cet outil ça leur donne toutes les possibilités dès le départ pour aller chercher les informations nécessaires et surtout pour pouvoir faire leur business et pour utiliser à 100% leur talent parce que les informations sont là. Un autre grand avantage, c'est que dans les écoles, surtout dans l'enseignement luxembourgeois, parce que je sais ce que c'est, j'ai 4 enfants, 2 filles et 2 garçons. Les 2 filles ça allait, mais les 2 garçons, c'était très rock'n'roll. Maintenant, que ce soit le classique traditionnel, le technique traditionnel ou le modulaire traditionnel, l'accès au savoir il n'y a aucune différence entre le classique, le technique et le modulaire. Donc, toute cette discrimination sociale va disparaître aussi grâce à la digitalisation parce que les enfants pourront se concentrer sur leur vrai talent et ne pas donner toute leur énergie pour essayer d'égaliser leurs faiblesses, mais surtout pour faire émerger leur force. C'est grâce à ce savoir qui est partout.

Quelque chose qui ne me fait pas peur, c'est le « big brother is watching you », si quelqu'un veut voir ma cellulite, il peut, je n'ai rien à cacher, à mon âge, j'en ai c'est comme ça. Donc ça aussi, c'est quelque chose, il ne faut surtout pas rentrer dans cette apocalypse maintenant pour dire non mais avec ça. Moi, je pense qu'ici dans cette salle personne ne veut déclarer la guerre à la Russie donc le reste n'est pas très important. Pour moi, c'est une plus-value absolue dans l'entreprise, cela nous donne la possibilité d'être au même niveau que les grandes entreprises, mais de pouvoir continuer à rester local. C'est-à-dire cette optimisation qu'on a besoin dans la vitesse en tant qu'entrepreneur sinon on reste sur le carreau. C'est grâce à ces outils-là. C'est comme je dis dans le temps l'électricité ce n'est pas quelque chose de discriminatoire, il suffit juste d'appuyer sur un bouton et de l'avoir et de se l'approprier. La sécurité, c'est quelque chose qui nous fait garder notre créativité ce n'est pas la peur qui doit prendre le dessus.

Viviane Reding

La technologie vue par le réalisme et la vie de tous les jours et maintenant la technologie vue autrement. En 2014, deux jeunes femmes créent l'association WIDE (Women In Digital Empowerment) et depuis elles se lancent pour expliquer comment le talent féminin, la

sensibilité féminine, la manière de prendre les choses en main, qu'on a entendu dans un domaine très terre à terre, comment ça peut être une chance pour les femmes. Elles ont organisé les conférences « women and fintech », elles organisent aussi les conférences du 26 avril, chaque année, « girls in ICT » pour vraiment inciter les jeunes filles déjà à s'intéresser à ce qui est derrière l'iPhone. Comment ça marche, pourquoi ça marche donc pas seulement pousser le bouton, mais faire en sorte qu'elles puissent influencer. C'est quelque chose de très important qui a été dit à la fin du discours de Christiane comment on peut faire de sorte à ce que ces technologies ne nous dominent pas, mais pour que nous les dominions, pour qu'elles ne deviennent pas autonomes, mais pour qu'elles deviennent un instrument. Alors Marie-Adélaïde Gervis, comment vous voulez expliquer aux femmes que la technologie, c'est pour elles.

Marie-Adélaïde Gervis

Merci Madame Reding et bonsoir à toutes et à tous. Vous étiez hier à une conférence « no to victimisation, yes to empowerment », c'est notre credo justement, quand on a créé WIDE, on s'est rendu compte qu'il manquait énormément de femmes. Vous avez donné les chiffres tout à l'heure, je ne vais pas revenir dessus. On s'est interrogé sur les raisons de cette absence pour en créant cette association donner aux femmes les moyens d'agir, de s'approprier le numérique et le digital. Par conséquent accroître le nombre de femmes qui saisissent ces opportunités dans l'économie et dans ce que la société numérique offre.

On a décidé de travailler sur 3 piliers concrets, le premier, c'est la confiance en soit, on s'aperçoit que parfois les femmes ne se lancent pas, car il y a des stéréotypes ou des malentendus sur ce qu'est la technologie. A savoir, la technologie ce n'est pas que du coding brut, c'est l'innovation. Quand on parlait des iPhones, on prend une app, c'est ça la technologie, c'est donc ça innover. Travailler la confiance en soi, nous on le travail via l'organisation de conférences où on invite des femmes comme vous à prendre la parole. C'est-à-dire des role model pour permettre aux femmes de s'identifier parce que c'est difficile de se projeter dans une carrière si on ne peut pas s'identifier, si on voit que des hommes, on se dit ce n'est peut-être pas pour moi finalement.

Le 2e pilier, ce sont les compétences, ce n'est pas forcément de faire de chacune d'entre nous des développeuses en puissance, moi, je travaille dans la communication, puisque j'ai un job à côté, mais je ne suis pas codeuse. En revanche ça va être démystifier des notions, casser les barrières, même au sein d'une même entreprise pouvoir dialoguer entre services, pouvoir parler avec le service IT même si je n'y travaille pas. Ça veut dire démystifier des termes comme, le "cloud computing" qu'est-ce que c'est, le "machine learning" qu'est-ce que c'est, le "html" qu'est-ce que c'est et ce n'est pas sorcier en fait.

Le 3e pilier, c'est le networking, ce n'est pas forcément quelque chose de très bien assimilé par la gente féminine qui parfois, sépare beaucoup la vie privée de la vie professionnelle quelque chose que les hommes ont plus de facilité à faire. Or, c'est un vrai levier de développement de la carrière, le networking, c'est pourquoi tous les événements que l'on organise sont toujours suivis de cocktails pour que les femmes et les hommes,

puisque les hommes sont toujours invités à nos évènements, puissent travailler ensembles.

De plus en plus, on s'oriente, dans nos actions, vers la jeunesse puisqu'on s'est aperçu et dans les chiffres que vous donniez Madame Reding, d'ailleurs, qu'il y a un pourcentage de femmes dans les fonctions technologiques, mais aussi dans les étudiantes, finalement, qui est, je crois de 17%, ce qui est très faible. C'est un peu terrifiant. On s'aperçoit, effectivement, que c'est lié à des stéréotypes qui font que les jeunes filles ne se lancent pas dans ces carrières-là, mais aussi dans l'encadrement des professionnels avec des enseignants qui ne savent pas toujours gérer la diversité au sein de leurs classes selon les matières, en tout cas dans les matières STEM.

Comme nous sommes à la maison de l'Union Européenne, je vais juste vous parler de quelques programmes que l'on mène au niveau européen justement dans cette thématique-là. D'ailleurs, Marina, avec qui j'ai cofondé l'association est en ce moment même, à Bruxelles, à un meeting des *EU Code Week Ambassador* à la Commission Européenne pour présenter ces projets.

Le premier programme s'appelle *Gender4STEM* et on travaille en collaboration avec le LIST (Luxembourg Institute of Science and Technology), ainsi qu'avec quatre autres pays. L'objectif est de développer une plateforme de sensibilisation et de formation pour les professionnels de l'enseignement pour leur donner des outils concrets, donc sur cette plateforme, vous pouvez imaginer des témoignages, des quiz, des vidéos, etc. Donner des outils sur les stéréotypes et les biais de genre dans l'enseignement des STEM pour pouvoir mieux gérer les classes où ils ont des jeunes filles parce que parfois, on s'aperçoit qu'elles abandonnent le parcours au milieu du chemin. Donc, pour mieux gérer la diversité au sein de leurs classes. Cet outil sera ensuite mis à disposition de tous les enseignants. Ce n'est pas encore prêt, ça va mettre quelques mois à se développer.

Le second projet s'appelle *WowCode2Confidence*, on l'a démarré fin 2016, pour 20 mois. C'est un projet d'échange et de bonnes pratiques autour de l'initiation au coding pour les femmes. Nous, chez WIDE, on organise des cours de coding depuis 4 ans, depuis qu'on s'est créé, on a commencé comme ça en fait, non pas pour faire de chacune de nous des développeuses, c'est ce que je vous disais tout à l'heure, mais pour allumer la flamme et pour élargir les horizons, se rendre compte que ce n'est pas si compliqué. On ne devient pas développeuse en quelques heures, ça, c'est sûr. On organise chaque année à destination des lycéennes au Luxembourg *Rails Girls*, donc une fois par an, c'est une journée de formation en coding, évidemment qu'en une journée elles ne vont pas devenir développeuse. En revanche, on voit que ça se traduit et il y a un impact immédiat dans la confiance en soi, l'envie d'apprendre de nouvelles choses, de finalement peut être découvrir encore autre chose sur la technologie. On a vu et c'est cela qui est gratifiant dans le type d'action qu'on mène parce que nous, on est vraiment dans le concret. On parlait du concret et du virtuel, mais finalement, on est dans le concret aussi, des jeunes filles qui ont déjà créé leur entreprise, qui changent de parcours, qui commencent des formations complémentaires pour réorienter leur carrière. Et ça, c'est vraiment très gratifiant, on peut mesurer l'impact en tout cas.

Un troisième programme qui s'appelle *eSkills4All*, qui a commencé fin de l'année dernière et qui va être mené jusqu'en 2020. On travaille avec des femmes qui sont moins qualifiées, qui sont au chômage, souvent de longue durée et qui ont une employabilité qu'il faut aider. Parce que souvent, leur contact avec la technologie s'éloigne, souvent quand on s'éloigne du monde du travail, on s'éloigne aussi justement de la technologie même concrètement des ordinateurs de même plus savoir s'en servir. Donc, du coup, on travaille aussi là-dessus avec le Royaume-Uni, la Roumanie, la Chypre, la Grèce pour ces femmes.

Chez WIDE, on s'occupe de, évidemment, j'ai moins développé les programmes qu'on effectue au Luxembourg, je vous laisse aller sur notre site internet, vous verrez les différents workshops et il y en a tous les mois, si jamais ça vous intéresse, pour découvrir un petit peu ce que c'est. On travaille avec des partenaires privés, bien sûr, mais aussi avec le gouvernement, la Commission Européenne et ça c'est très important pour nous d'avoir un soutien local mais aussi au niveau européen parce que ce qui est vraiment important c'est de partager l'expérience. C'est ce qu'on fait dans les programmes que je vous ai listés c'est d'échanger les bonnes pratiques avec les différents pays, car on rencontre tous les mêmes problèmes. Alors les statistiques vont changer, en fonction des différents pays, évidemment, mais la problématique reste la même, on a envie de donner aux jeunes filles de nos pays respectifs l'envie de se lancer et le courage de se rendre compte qu'elles ont la main sur leur carrière, qu'il n'y a que d'elles, ça ne dépend que d'elles.

Question du public : « Etes-vous à l'initiative du Girls Day ? »

Non, c'est au niveau européen, c'est une initiative plus globale. En revanche, nous, on organise des événements ce jour-là donc c'est effectivement le 26 avril prochain donc là ce sera au lycée Arts et Métiers. Il y aura des ateliers pour les lycéennes dans la journée, et le soir une conférence, avec des retours d'expérience de professionnels de l'ICT, où d'autres pourront se rendre. Vous pourrez y aller si vous le souhaitez, aller sur notre site vous pourrez vous inscrire.

Le prochain événement, puisqu'on en organise très régulièrement, c'est lundi prochain [le 12 mars] d'ailleurs, sur les FinTech donc encore un mot qu'il faut démystifier pour rassurer. Et je vous [Christiane Wickler] rejoins quand vous disiez que le digital est partout, le business de demain est par nature digital, on va transformer les industries et les commerces traditionnels.