

### Il faut oser !

Les femmes qui entreprennent se mettent-elles des limites ? C'est l'avis de Laetitia Gazel Anthoine : « *L'éducation de nos enfants s'appuie encore trop sur un modèle, où les femmes, certes, vont travailler, mais n'occupent pas de position de pouvoir ou de décision. La société porte un regard indulgent sur une femme qui ne travaille pas, car on pense que c'est son choix, mais étonné, voire culpabilisant sur un homme qui reste à la maison s'occuper des enfants, car on imagine que c'est subi. Quand je suis devenue mère, je ne me suis pas arrêtée de travailler : on a fait moitié-moitié avec mon mari. Quand on aura passé ce cap, les mentalités évolueront. Parfois, quand j'arrive chez un client avec mon directeur commercial, il pense que c'est lui, le président ! Je note tout de même qu'il existe peu de créatrices d'entreprise dans les nouvelles technologies. Il faut tirer parti de cette spécificité qui est appréciée pour aller sur le devant de la scène.* » Aujourd'hui, Laetitia veut donner de son temps pour aider de jeunes entrepreneurs : elle est mentor chez Paris Pionnières. Préoccupée par le bien-être de ses collaborateurs, elle met sur un même pied d'égalité son entreprise et sa famille : « *Créer une entreprise donne de très beaux exemples à ses enfants. Il faut oser ! Aller de l'avant et avoir de l'audace !* »

150

### « Je suis une femme face à une double contrainte »



© Droits réservés

Florence Hardy a créé et préside Médelys, une société de distribution spécialisée de produits alimentaires, vins et champagne pour la restauration et les traiteurs de réception.

Première femme major de promotion de l'École Supérieure des Dirigeants d'Entreprise en 1986, Florence Hardy a su s'imposer dans un monde à l'origine 100 % masculin : le marché international de Rungis. Même si ses parents y détenaient une entreprise, la jeune femme a suivi son propre chemin : « *À l'issue de mes études, je voulais faire du marketing pour une grande multinationale. Mais en 1987, un emplacement à Rungis s'est libéré et ce fut l'opportunité de commencer mon aventure entrepreneuriale. J'étais jeune, et cela ne m'a pas effrayée de relever les challenges. Au lieu du marketing de masse, je faisais du marketing de terrain, ce qui nécessitait d'aller vers les clients. C'est une grande école d'humilité et de remise en question !* » Au départ, l'entreprise de Florence s'appelait Quality Import et était spécialisée principalement dans l'importation de vins haut de gamme du monde entier. Seul (et important) hic : la France ne favorise pas un tel marché... « *J'ai réajusté et me suis adaptée à la demande des clients, explique-t-elle. Depuis une vingtaine d'années, je fais également de l'export d'épicerie fine. J'entrepris en permanence, chaque jour est propice à créer. Les normes sanitaires, les contraintes légales nationales et européennes se renforcent au fil des ans. De par sa nature, ce métier nous oblige à évoluer et anticiper.* »

151

### Favoriser la qualité

Pour développer son entreprise, Florence Hardy n'a pas ménagé ses efforts, sollicitant des rencontres avec des fournisseurs, se rendant à de nombreux salons, favorisant sa curiosité et des rencontres de plus en plus riches professionnellement. « *À l'époque, point de Google ! Quand j'ai démarré, c'était la fin des télex et le début des télécopieurs. Les téléphones portables en étaient à leurs balbutiements... Il m'est arrivé de me retrouver avec cent kilos d'un produit alors que je n'avais qu'un seul client intéressé par deux kilos de marchandise ! Il a bien fallu que j'identifie d'autres prospects partageant le même pro-*



fil. J'ai toujours privilégié la qualité : en 1995, j'ai créé la marque Médelys, estampillée du slogan "Esprit de qualité". Tout cet investissement et cette stratégie ont porté leurs fruits. De plus en plus de fournisseurs m'appellent désormais pour me rencontrer et me proposer leurs produits », se réjouit-elle. Ses clients ? En France, ce sont les professionnels de la restauration gastronomique, des traiteurs de réception, les ministères, les ambassades, les tables de président et des épicerie fines. À l'étranger, il s'agit de grossistes ou de clients en direct, de Hong Kong à l'Europe du Nord, en passant par Dubaï et le Bahreïn. Depuis ses débuts, Médelys n'a jamais cessé d'évoluer, jusqu'à investir de nouveaux locaux flambant neufs de plus de mille cinq cents mètres carrés en septembre 2013, tout en conservant une partie des entrepôts de l'ancienne installation.

### Préparer l'avenir

Les obstacles, l'entreprise les a toujours surmontés, constate Florence Hardy : « Ce sont toujours les mêmes dans les entreprises. Je trouve dommage que l'accès à la formation soit si difficile. Notre budget est limité. Autre remarque : l'isolement de l'entrepreneur. J'ai rejoint un club APM<sup>1</sup> pour le pallier. Investir coûte toujours très cher. Nous devrions pouvoir compter plus aisément sur les banques pour accompagner les PME et ce serait un "plus" pour l'économie du pays ! » En 2010, Médelys a changé de système d'information et déployé un logiciel de gestion intégrée (ERP). L'occasion de passer à la vitesse supérieure, mais non sans mal : « C'était presque trop grand pour une entreprise comme la nôtre. Nous avons vécu dix-huit mois difficiles à tous les niveaux. Il a fallu apprendre à maîtriser très vite de nouveaux paramètres, prendre des risques et sortir du système franco-français. La mondialisation nous touche aussi : nos concurrents actuels ne sont plus forcément à proximité, se trouvent souvent loin et restent méconnus. Cette évolution nous oblige à recruter de plus en plus de profils bilingues. Le secteur bouge beaucoup, ce qui demande de nous adapter en permanence, de faire preuve de vigilance, de savoir anticiper et de voir plus loin. »

### Bien s'entourer

À Rungis et dans son secteur d'activité, Florence Hardy évolue dans un monde d'hommes, même si la situation évolue. « On ne met pas en doute mes compétences, mais il ne vient pas immédiatement à l'esprit de mes interlocuteurs que ma société peut être l'œuvre d'une femme », affirme-t-elle. Pour elle, les atouts d'un entrepreneur sont les mêmes pour les deux sexes. Mettre en avant des spécificités féminines serait même contre-productif,

1. Association Progrès du Management.

notamment en cas de négociation : « C'est plutôt une question de personne. Ce qui est sûr, c'est qu'une femme est confrontée à une double contrainte : familiale et professionnelle. Entreprendre apporte beaucoup de richesse, mais rend difficile la gestion de son planning. » Selon Florence, pour réussir, un entrepreneur a besoin, comme tout chef d'entreprise, de se mettre en réseau (financier, comptable, juridique, etc.), et ce, dès le démarrage. « Il ne faut pas négliger cet entourage, conseille-t-elle. C'est vrai que les honoraires sont moins concrets qu'une facture pour l'achat de mobilier par exemple... Et même si on est submergé, il faut relever la tête pour voir ce qui se passe dans le métier, surtout ne pas s'enfermer. »