



Nathalie Prebende

Françoise Huguet-Devallet, business angel

ELLE A TRAVAILLÉ À LA DIRECTION DE LA RÉGIE PUBLICITAIRE DU *MONDE*, AU SEIN DU GROUPE MEDIAVISION, CHEZ UGC... ET À 66 ANS, ELLE EST LOIN DE SE METTRE AU TRICOT. AVEC LES FEMMES BUSINESS ANGELS FRANCE, ELLE FAIT ENCORE JOUER SON RÉSEAU POUR FAVORISER LA RENCONTRE ENTRE CRÉATEURS D'ENTREPRISES ET INVESTISSEURS.

Paru le 05.02.2009, par Gaëlle Rolin - <http://madame.lefigaro.fr/societe/parcours-de-femme>

En entrant à Sciences-Po, au début des années 60, Françoise Huguet-Devallet a réalisé un rêve. Pas forcément celui d'intégrer l'un des centres de formation des élites de France, mais plutôt de quitter Poitiers, où elle est née, puis Rennes, où elle a commencé ses études, pour monter à Paris, la ville de tous les possibles. « Mon père était officier, raconte-t-elle, ce qui signifie que si ma mère avait voulu travailler, elle aurait dû demander l'autorisation à l'armée. C'était encore l'époque des ouvriers et des réceptions. Elle m'a poussée à devenir autonome. »

À l'époque, les femmes qui poursuivent des études sont rares. Un D. E. S. S. de sciences économiques et une licence de sociologie en poche, elle s'entend dire, à Sciences-Po, qu'elle ferait « une bonne secrétaire de président » ! « Devenir une femme d'affaires, ça ne voulait encore rien dire dans ces années-là, explique-t-elle. C'était exotique. Pour les hommes, les femmes faisaient une carrière par surprise. »

En 1968, Françoise a 25 ans et le milieu de la publicité commence à recruter des diplômés. Elle commence chez Bayard Presse, qui vient de lancer *Pomme d'Api* et *Notre temps*. « Quand j'allais à l'imprimerie, tous les hommes sifflaient sur mon passage parce qu'ils estimaient qu'une femme dans cet endroit, ça portait malheur », se souvient Françoise, qui ne pouvait pas aller travailler en pantalon.

À 28 ans, elle est débauchée par Publicis. Elle travaille à la régie publicitaire pour *Elle* et *France-Soir*, avant de passer au marketing pour le lancement du magazine *Parents*. Chez Publicis, elle côtoie Daniel Toscan du Plantier. « Il m'a appris une chose : ne pas féminiser les fonctions. Accepter un poste de directeur, refuser un poste de directrice. »

Elle travaille à la direction de la régie publicitaire du *Monde*, pendant six ans, puis passe de la presse au cinéma, d'abord au sein du groupe Mediavision, puis chez UGC : « Je suis arrivée à une période d'innovation, pour le lancement de la carte illimitée et au début des multiplex. »

À l'âge légal de la retraite, Françoise Huguet-Devallet aurait pu se ranger et cultiver ses hortensias. Mais elle décide de créer une boîte de conseil. Certes, elle a réduit son rythme hebdomadaire, mais refuse de rendre son tailleur : « Pour moi, on est en retraite le jour de sa mort. »

SEULEMENT 3 % DES BUSINESS ANGELS EN FRANCE SONT DES FEMMES

C'est l'ancienne patronne de Médiamétrie, Jacqueline Aglietta, qui, il y a un an, parle des Business Angels à Françoise. Le rôle de ces drôles d'oiseaux ? Entremetteurs professionnels. Vous venez de créer votre boîte ? Réunis en association, ces chefs d'entreprise, cadres supérieurs ou consultants vous ouvrent leur réseau d'investisseurs. Et au passage, en tant que membres privés, il leur arrive d'investir eux-mêmes des fonds dans le projet de leur choix.

Très nombreux depuis des décennies aux États-Unis, les Business Angels peinent à émerger dans l'Hexagone. Et encore plus lorsqu'on se demande quel est le sexe de ces anges... Seulement 3 % des Business Angels en France sont des femmes. « Il y a un véritable intérêt à créer des réseaux de femmes, parce qu'elles ont une vision de l'entreprise différente de celle des hommes, estime Françoise. Les hommes ont une capacité d'innovation, mais leur ego prend souvent le dessus... Les femmes sont peut-être moins imaginatives, mais elles assurent. On peut compter sur elles. »

Quelques mois après son entrée dans l'association, au terme d'un changement de direction, Françoise Huguet-Devallet devient vice-présidente du réseau français des Femmes Business Angels. « Nous intervenons une fois que la société est créée, après l'incubateur. » Entre 2004 et 2008, trente-deux projets dans les domaines du Web, de la mode ou du développement durable ont été soutenus par l'association, qui a investi au total 1,7 million d'euros. « Un seul n'a pas dépassé le cap des trois ans », précise Françoise.

Et sur les neuf cents dossiers arrivés dans leur boîte aux lettres ces quatre dernières années, on trouve 30 % de prénoms féminins : « Nous avons plusieurs jeunes créatrices, qui se lancent et ont à peine 25 ans. »

Malgré tout, Françoise Huguet-Devallet est assez pessimiste sur la possibilité des femmes de la prochaine génération à briser le plafond de verre : « Je pense que ce sera encore plus compliqué pour elles, parce qu'on a compris qu'elles pouvaient être des rivales. On ne leur fera pas de cadeau. » Alors, elle conseille aux futures businesswomen de s'accrocher : « Il ne faut pas avoir peur et foncer. Le courage est toujours payant. »