

Quand les femmes font les courses au bureau

BLACKBERRY, sms, boîtes mail, professionnelles accessibles à la maison... On savait que l'univers du travail n'invasait de plus en plus souvent dans la sphère privée. La réciproque est aussi vraie. Une enquête menée de l'Institut national des études démographiques montre que les préoccupations de la vie de famille sont présentes dans l'entreprise, de façon différente selon les sexes. Les hommes sont près de 80 % à contacter leur conjointe ou leurs enfants depuis leur travail, les femmes étant un peu moins nombreuses à le faire (74 %). En revanche, près d'une sur trois (29 %) prévoit les courses alimentaires de la maison pendant ses horaires de bureau (14 % des hommes).

Seul un salarié sur deux a des horaires « traditionnels »

Les démarches administratives ou la préparation des loisirs prennent également du temps. Dans le sens inverse, les démographes et sociologues ont constaté qu'un homme sur trois pouvait rapporter du travail à la maison, occasionnellement ou pas. Les Français s'adaptent ainsi aux changements d'organisation des entreprises (d'avantage d'hommes télétravailleurs ou de flexibilité des horaires) et au temps passé dans les transports. Seul un salarié sur deux a des horaires « traditionnels » avec une journée type calée sur les rythmes scolaires.

* *Entre Famille et Travail*, Ined, La Découverte, 27 €.



Ces entreprises qui résistent à la crise

Geox marche d'un bon pied

Marie Nicot

Quelle est la pointe commune entre un écologiste français, Angélica Jolie et un milliardaire italien ? Réponse: Geox. La chaussure « qui respire » emplit les cours d'école, séduit les stars et fait la fortune de Mario Moretti Polegato, son créateur de 53 ans. Depuis le lancement de la marque en 1985, petits et grands publient les modèles garantis anti-transpiration. Plus de 70 magasins Geox ont ouvert leurs portes dans les grandes villes de France et, au total, 940 dans le monde.

Mariotti, Mario Moretti Polegato sillonne les rues de Paris afin de repérer les meilleurs emplacements pour installer de nouvelles boutiques. Il prévoit une hausse de 6 % des commandes mondiales pour la collection printemps-été. « J'ai besoin de plus de surface. Il nous faut environ 300 m² par magasin. Nous vendons 800 modèles de chaussures et de plus en plus de vêtements », lance le patron, intransigeant sur sa réussite. Geox se diversifie dans le sport en lançant cette année une collection pour les séducteurs.

Quel parcours depuis les années 1980 ? A cette époque, Mario Moretti Polegato proposait en vain son brevet de « chaussures trouées » aux grands fabricants de la planète. Une simple balade est à l'origine de cette idée géniale. « Je suis promeneur à Bono dans le Nevada et souffrir terriblement de la chaleur. J'ai alors pris mon canif pour percer la semelle. J'ai ensuite amélioré le procédé ».

Des sandales en cuir imprimé python

Pour concrétiser son idée, l'homme d'affaires crée sa propre société à Montebelluna, près de Venise. Très vite, les modèles conquièrent un vaste public. Le succès de Geox repose à la fois sur la technologie et le style. Le groupe investit 2 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et une quinzaine d'ingénieurs collaborent avec les universités italiennes. « Nous avons de l'avance avec 35 brevets qui attendent d'être commercialisés », jure Mario Moretti Polegato. Geox soigne aussi son design typographique italien. La griffe a beaucoup progressé depuis les premiers baskets à scratch, pour enfants. Elle ose aujourd'hui des escarpins à talon rouge vif et des sandales en cuir imprimé python. Les prix restent pourtant sages, aux alentours de 80 € la paire. Si 80 % du chiffre d'affaires de l'entreprise est assuré par les chaussures contre 10 % pour le prêt-à-porter, Mario Moretti Polegato rêve de pouvoir rivaliser avec des géants comme Zara.

En attendant, le groupe a vendu 20 millions de paires dans 68 pays (Europe, Russie, États-Unis, Canada...) en 2008. Même si la baisse de la consommation ralentit cette folle expansion, Mario Moretti Polegato aborde l'avenir avec sérénité. « Je suis persuadé que la conjoncture a touché le fond. L'avenir appartient aux groupes capables d'innover et d'anticiper les besoins des clients. Geox fera partie des élus. »



Mario Moretti Polegato, créateur de Geox.

En chiffres

- 848. Nombre de boutiques Geox dans le monde.
- + 4 %. Croissance des commandes de modèles printemps-été.
- 82,5 millions d'euros. Chiffre d'affaires en 2008, soit une hausse de 16 % par rapport à 2007.
- 68. Nombre de pays où Geox est présent (Europe, États-Unis, Canada...).
- 20 millions de paires de chaussures vendues dans le monde.

■ 2 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et une quinzaine d'ingénieurs collaborent avec les universités italiennes. « Nous avons de l'avance avec 35 brevets qui attendent d'être commercialisés », jure Mario Moretti Polegato. Geox soigne aussi son design typographique italien. La griffe a beaucoup progressé depuis les premiers baskets à scratch, pour enfants. Elle ose aujourd'hui des escarpins à talon rouge vif et des sandales en cuir imprimé python. Les prix restent pourtant sages, aux alentours de 80 € la paire. Si 80 % du chiffre d'affaires de l'entreprise est assuré par les chaussures contre 10 % pour le prêt-à-porter, Mario Moretti Polegato rêve de pouvoir rivaliser avec des géants comme Zara.

En attendant, le groupe a vendu 20 millions de paires dans 68 pays (Europe, Russie, États-Unis, Canada...) en 2008. Même si la baisse de la consommation ralentit cette folle expansion, Mario Moretti Polegato aborde l'avenir avec sérénité. « Je suis persuadé que la conjoncture a touché le fond. L'avenir appartient aux groupes capables d'innover et d'anticiper les besoins des clients. Geox fera partie des élus. »



Votre carrière

Une plateforme pour le mécénat de compétences

Maxime Amiot

LANCÉ en début d'année, le site *koeo.net* invite les salariés à s'initier au mécénat de compétences. Il s'agit d'effectuer une mission hors de son entreprise, dans une association humanitaire ou caritative. « Par exemple, un informaticien peut être amené à refaire le site Internet d'une ONG, tandis qu'un communicant peut conseiller une association pour sa campagne publicitaire », explique Jean-Michel Pasquier, directeur d'Humaneo, agence de communication en ressources humaines, dont dépend Koeo.

Les associations adhérentes – une centaine environ dans les domaines de la solidarité internationale, l'éducation, la santé, la réinsertion... – diffusent leurs petites annonces sur le site. Pour que le salarié puisse y répondre, son employeur doit être abonné, via un forfait variant entre 140 € et 2.200 € suivant la taille de l'entreprise. Un engagement symbolique mais impératif: « Les missions s'effectuent pendant le temps de travail du salarié. Cela implique une organisation à trouver en interne et donc un soutien de la hiérarchie », relève Jean-Michel Pasquier.

Une quarantaine d'entreprises sont déjà utilisatrices – dont Deloitte, Sophos, ou encore des PME. Le dispositif leur permet de motiver et de fidéliser leurs collaborateurs, tout en bénéficiant d'une réduction d'impôt sur les sociétés à hauteur de 60 % du salaire du cadre mis à disposition. « Les salariés, et notamment les jeunes, sont très intéressés à l'idée d'utiliser leur savoir-faire à des fins philanthropiques », relève Jean-Michel Pasquier.

Côté associations, le dispositif attire. L'ONG Ecoles du Monde, qui développe des programmes d'action sociale à Madagascar, fait ainsi appel à Vincent, jeune expert-comptable du groupe SFR. A raison de douze jours sur l'année, il revoit l'ensemble de la comptabilité de l'association. « Nous profitons gratuitement de son expertise et de ses conseils puisque le coût est pris en charge par son entreprise », note Emma Polo-Speller, secrétaire générale de l'association. Un système gagnant-gagnant.



Votre carrière

Une plateforme pour le mécénat de compétences

Maxime Amiot

LANCÉ en début d'année, le site *koeo.net* invite les salariés à s'initier au mécénat de compétences. Il s'agit d'effectuer une mission hors de son entreprise, dans une association humanitaire ou caritative. « Par exemple, un informaticien peut être amené à refaire le site Internet d'une ONG, tandis qu'un communicant peut conseiller une association pour sa campagne publicitaire », explique Jean-Michel Pasquier, directeur d'Humaneo, agence de communication en ressources humaines, dont dépend Koeo.

Les associations adhérentes – une centaine environ dans les domaines de la solidarité internationale, l'éducation, la santé, la réinsertion... – diffusent leurs petites annonces sur le site. Pour que le salarié puisse y répondre, son employeur doit être abonné, via un forfait variant entre 140 € et 2.200 € suivant la taille de l'entreprise. Un engagement symbolique mais impératif: « Les missions s'effectuent pendant le temps de travail du salarié. Cela implique une organisation à trouver en interne et donc un soutien de la hiérarchie », relève Jean-Michel Pasquier.

Une quarantaine d'entreprises sont déjà utilisatrices – dont Deloitte, Sophos, ou encore des PME. Le dispositif leur permet de motiver et de fidéliser leurs collaborateurs, tout en bénéficiant d'une réduction d'impôt sur les sociétés à hauteur de 60 % du salaire du cadre mis à disposition. « Les salariés, et notamment les jeunes, sont très intéressés à l'idée d'utiliser leur savoir-faire à des fins philanthropiques », relève Jean-Michel Pasquier.

Côté associations, le dispositif attire. L'ONG Ecoles du Monde, qui développe des programmes d'action sociale à Madagascar, fait ainsi appel à Vincent, jeune expert-comptable du groupe SFR. A raison de douze jours sur l'année, il revoit l'ensemble de la comptabilité de l'association. « Nous profitons gratuitement de son expertise et de ses conseils puisque le coût est pris en charge par son entreprise », note Emma Polo-Speller, secrétaire générale de l'association. Un système gagnant-gagnant.

Dispositif Zéro Charges :

15 000 embauches depuis 5 mois dans les Très Petites Entreprises.

Ces embauches sont exonérées de charges patronales durant toute l'année 2009.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.premier-ministre.gov.fr

Des mesures immédiates. Des mesures justes.

