

NOMMÉE DG D'AIR FRANCE APRÈS VINGT-SEPT ANS DANS LE GROUPE, ELLE EST LA MARRAINE DE LA 7^E ÉDITION DE LA JOURNÉE DE LA FEMME DIGITALE*.



ANNE RIGAIL Classe affaires

sociaux et salariaux. Je veux être à l'écoute, aller à la rencontre des personnels et des métiers.

Un chiffre dont vous êtes fière ? Nous avons 36 % de femmes dans l'encadrement. L'objectif est d'en avoir 50 %, mais on observe une forte progression. Je m'inscris dans un mouvement positif, enclenché avant mon arrivée. Nous arrivons à féminiser des services bien souvent masculins, comme le digital, qui compte 60 % de femmes. Nous avons encore du chemin à faire du côté des pilotes – seulement 8 % de femmes – et des métiers d'entretien.

S'il faut remonter aux origines ? Mes parents m'ont transmis la valeur du travail, l'importance de ne devoir son parcours qu'à soi-même.

Votre parcours ? Diplômée de l'École des mines, j'ai toujours voulu intégrer une compagnie aérienne. Entrée chez Air Inter en 1991, j'ai occupé un poste de management à l'escale d'Orly pendant huit ans. Puis j'ai été en charge des correspondances et bagages à Roissy, en pleine croissance du hub. J'ai ensuite été responsable de l'escale à Charles-de-Gaulle. En 2013, j'ai managé les hôtesses et stewards, soit 13 000 personnes nomades. J'ai pris la direction client d'Air France durant deux ans, avant d'être nommée directrice générale.

Qu'aimeriez-vous transmettre ? J'espère que ma position permettra aux femmes de voir que l'on peut dépasser ses limites, se projeter sans se freiner.

Un moment off ? L'équitation, plusieurs fois par semaine.

Une digital addiction ? Les blogs spécialisés dans les récits de voyage, les *flight reporters*.

Votre définition de l'influence ? Transmettre des idées que les autres s'approprient. L'inverse de l'autorité. ♦

* Le 17 avril à Paris. lajourneedelafemmedigitale.fr
Lire aussi p. 82.

BUSINESS MANTRA

« Parler peu,
écouter beaucoup
et passer
à l'action ! »

Une heure de réveil ?
5 heures, en général.
Le pitch de votre poste ?

Je dirige Air France, qui porte les couleurs de la France dans plus de 90 pays : je dois faire rayonner l'art du voyage à la française. Je dois aussi, après une période sociale difficile, réunir les 53 000 salariés du groupe autour d'objectifs communs : regagner la confiance de nos clients et faire d'Air France une marque de référence.

Des défis pour demain ? Simplifier notre offre et la porter aux plus hauts standards (accélérer la montée en gamme pour reconquérir les clients, notamment sur le segment premium, NDLR). Dès l'été, nous lançons un programme harmonisé avec une offre quotidienne de vols équipés de nos cabines vers nos destinations phares. Nous investissons 1 milliard d'euros sur cinq ans dans la modernisation de nos dernières cabines pour toutes les classes. J'ai aussi des défis humains. Nous avons tourné la page morose de l'année dernière en signant de nombreux accords

PAR VANESSA ZOCCHETTI / PHOTO LÉA CRESPI