

Un débat sur les coûts de l'inégalité des genres

CWF. Yann Borgstedt était hier l'hôte de la conférence mensuelle de l'association à Genève. De la nécessité de mesurer le coût des inégalités pour mieux les combattre.

«Je ne le fais pas pour les femmes, je le fais pour les hommes» affirme Yann Borgstedt qui admet soutenir Emmanuel Macron, le candidat qui veut faire entrer la parité en politique. Hôte de la conférence mensuelle du Career Women Forum (CWF) à Genève hier, Yann Borgstedt consacre une moitié de son temps à ses affaires et l'autre à la Fondation Womanity, dédiée à l'émancipation des femmes et des filles défavorisées. Il était, l'an dernier, lauréat du Prix Spécial du Jury de la Philanthropie Individuelle de BNP Paribas. Yann Borgstedt est d'abord un entrepreneur et l'inégalité est un non-sens économique. Elle coûte 95 mil-

liards de dollars à l'Afrique subsaharienne selon le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD). McKinsey va plus loin encore: faire progresser l'égalité hommes-femmes pourrait gonfler la croissance mondiale de 12.000 milliards de dollars d'ici 2025. «C'est seulement lorsqu'on commence à parler d'argent que les gens se disent: mon dieu, il y a des conséquences si on ne fait rien» déclarait Helen Clark, directrice du PNUD. Une citation que Yann Borgstedt pourrait aisément reprendre à son compte. Convaincu que talents et innovation sont les clés du changement social et que promouvoir partenariats et

collaborations avec des initiatives existantes est la meilleure approche possible, Yann Borgstedt a l'esprit pratique. Scolariser les filles en Afghanistan, c'est bien. Leur donner une formation qui leur assurera une profession bien payée et bien considérée, c'est mieux. Il s'est donc engagé envers School in a Box, un modèle développé à la Al Fatah School de Kaboul (puis étendu à 11 autres écoles), et Girls Can Code!, une formation qui ouvre les portes de la technologie aux femmes afghanes. Silicon Valley pourrait s'en inspirer. Womanity offre aussi une voix aux femmes. Basée en Palestine, Radio Nisaa est la première radio féministe

du Moyen-Orient, une radio pour tous (40% des auditeurs sont des hommes). «Sans engager les hommes dans le débat et changer leur regard, la parité restera lettre morte» estime Yann Borgstedt. Lancée en Egypte, la série radiophonique puis d'animation Be 100 Ragl relate les aventures de l'intrépide journaliste Noha, une autre façon de raconter la vie des femmes dans le monde arabe. A qui le veut, Yann Borgstedt propose le livre de Yolaine de La Bigne «Soit belle et bats-toi». Il en a acheté 2000 exemplaires (il n'en reste que 10 d'occasion sur Amazon) et en a acquis les droits pour les versions anglaise et arabe. — (NJN)

Le succès des pôles de recherche nationaux

FNS. Les projets vont être relayés à la fin de cette année.

Les cinq pôles de recherche nationaux (PRN) axés sur les sciences humaines et sociales du Fonds national suisse (FNS) prennent fin en 2017 après 12 ans d'existence. Ces projets ont été un succès, selon le FNS.

Plusieurs centres de recherche ont été créés, 20 nouveaux postes de professeurs ont vu le jour, 200 jeunes ont obtenu leur doctorat et 420 doctorants ont pu participer aux activités de recherche dans le cadre de ces cinq pôles et des milliers de publications en résultent, écrit le FNS. C'est un «bilan impressionnant».

Les projets «Sciences affectives», «Démocratie», «Mediality», «Critique de l'image» et «Trade regulation» s'achèvent cette année, mais «ce n'en est pas pour autant leur fin», souligne le FNS. Leur effet commence tout juste à être visible. Le pôle Sciences affectives a par exemple fondé le Centre interfacultaire en Sciences affectives à l'université de Genève. Au centre de ce projet: les émotions et leur influence sur le

comportement individuel et les processus sociaux. Le programme bernois Trade regulation s'est penché sur les conditions cadres des accords commerciaux multi- et bilatéraux. Il a permis l'expansion du World Trade Institute implanté à l'université de Berne.

Les pôles Critique de l'image et Mediality ont abouti à la création d'un nouveau pôle de recherche dans leurs universités respectives (Bâle et Zurich). La Graduate School poursuivra le travail bâlois. La plate-forme interdisciplinaire du Centre pour l'histoire de la médiologie prendra le relais du programme zurichois.

Au total, le FNS a investi 110 millions de francs dans ces cinq pôles, soit près de la moitié du budget total (260 millions). Les hautes écoles qui les hébergent ont financé la majorité du reste. Les PNR encouragent la recherche de pointe, essentielle pour la science, l'économie et la société suisses. Seize pôles sont encore actifs. — (ats)

Les usages d'Uber en Suisse romande passés au crible

L'entreprise compte près de 90.000 usagers qui résident dans les agglomérations de Genève et Lausanne.

MARJORIE THÉRY

De 300 téléchargements par semaine en 2015, l'application Uber est passée à une moyenne d'environ 3000 en Suisse romande. Un challenge pour l'entreprise américaine qui doit gérer une hausse de la demande et une communauté de chauffeurs grandissante, tout en minimisant les frictions, notamment éviter des temps d'attente trop élevés pour les courses. L'intérêt pour le service de véhicules avec chauffeur ne semble en tous cas pas se démentir, et se traduit assez nettement dans les chiffres. Uber enregistre aujourd'hui près de 90.000 usagers qui résident dans les agglomérations de Genève et Lausanne, c'est-à-dire des personnes qui ont utilisé l'application au moins une fois sur les 12 mois écoulés.

Le bureau d'études parisien 6t, également présent à Genève, avait déjà réalisé une étude sur l'impact d'Uber en Suisse romande à ses débuts en 2015. C'est une autre image qui se reflète

dans cette édition 2017 de l'étude, présentée hier à Genève, notamment par rapport à la «démocratisation» du service, comme l'interprète 6t. Les utilisateurs sont ainsi presque à la parité aujourd'hui, alors qu'ils étaient composés d'environ deux tiers d'hommes, à Lausanne comme à Genève en 2015. La proportion de cadres a baissé, au profit d'une augmentation sensible chez les étudiants et plus globalement chez les moins de 25 ans, dont la part a doublé à Genève, pour atteindre près d'un quart du total. Toutefois, le sondage ne précise pas quels sont les utilisateurs les plus actifs. Alexandre Molla, directeur d'Uber pour la Suisse romande a cependant précisé que le nombre moyen de courses par semaine et par utilisateur était de 1,8.

L'entreprise américaine, plutôt avare de chiffres dans sa phase de lancement, communique plus volontiers aujourd'hui, et la présentation d'hier a suscité de nombreuses questions. L'entreprise insiste toujours sur le fait qu'elle

s'inscrit dans une offre «multimodal», pour souligner sa complémentarité avec les autres offres de transports, publics ou privés. L'étude semble lui donner raison, en tous cas en partie. Notamment car 40% des utilisateurs d'Uber ont déclaré qu'ils réalisent de nouveaux déplacements avec ce service, qu'ils n'effectuaient pas auparavant.

6t a également insisté sur les différences d'utilisation des taxis et d'Uber, les premiers étant plutôt recherchés lors de voyages et relativement peu dans l'agglomération de résidence, sauf pour des trajets particuliers comme ceux vers les gares et aéroports. En revanche, Uber est principalement utilisé pour les déplacements dans l'agglomération de résidence, et dans la plupart des cas pour des trajets du centre ville vers la périphérie. Dans le cas présent, entre les villes de Genève ou Lausanne et les communes environnantes. Dans la majorité, il s'agit de déplacements pour les loisirs et deux tiers des déplacements avec Uber

en Suisse romande ont lieu après 20h00. Du côté de l'offre, Uber compte aujourd'hui un millier de chauffeurs dans la région, un nombre appelé à augmenter. Il est cependant impossible de se rendre compte de l'impact en termes d'équivalents temps plein car la majorité des chauffeurs exercent une autre activité. Ainsi, seul 3% des chauffeurs travaillent plus de 40h par mois avec Uber.

Si le rapport présenté hier donne un aperçu large et documenté des usages d'Uber dans la région, on regrettera tout de même que certains éléments n'aient pas été évoqués ou étudiés, comme la part des utilisateurs qui utilisent désormais exclusivement Uber et plus aucun autre service de VTC ou de taxis. ■

LE NOMBRE MOYEN DE COURSES PAR SEMAINE ET PAR UTILISATEUR EST AUJOURD'HUI DE 1,8.

Manque de confiance envers l'e-commerce

La CNUCED à Genève a dévoilé un sondage d'envergure.

La question des données privées dissuade les internautes de faire leurs achats en ligne. Près de 50% d'entre eux la mentionnent comme principale raison de leur froideur, selon une étude publiée lundi à Genève.

Parmi ces personnes, plus de 80% redoutent les cybercriminels, selon ce rapport présenté lundi dans le cadre de la semaine du commerce électronique de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). Elles sont 74% à ne pas faire confiance aux entreprises d'Internet et plus de 60% à cibler les gouvernements. Le Moyen-Orient, l'Afrique et l'Amérique latine sont les régions les plus touchées. Les habitudes sont également différentes. Plus de 85% des internautes en Chine, en Inde ou en Indonésie s'attendent à faire des paiements mobiles sur leur smartphone dans la

prochaine année. Cette part n'atteint que 30% en France, en Allemagne ou au Japon.

Plus de la moitié des personnes interrogées préfèrent acheter des marchandises ou des prestations en ligne dans leur pays. Cette étude montre notamment l'importance de la protection des données, domaine dans lequel «de nombreux pays en développement sont en retard», affirme la directrice de la division de la technologie à la CNUCED Shamika N. Srimanne.

Le sondage a été mené auprès de près de 25.000 internautes entre fin décembre et fin mars. Au total, quelque 700 dirigeants politiques, patrons d'entreprises et représentants de la société civile sont eux réunis à Genève depuis lundi et jusqu'à vendredi. Ils doivent évaluer les conséquences du commerce en ligne pour les pays en développement. — (ats)

LeShop.ch ferme ses deux centres de retrait pour automobilistes

La filiale de Migros supprime 22 emplois à Studen et à Staufen. Les points PickMup vont parallèlement être relevés à 100.

LeShop.ch va fermer ses deux centres pilotes de retrait pour automobilistes à Studen (BE) et Staufen (AG). La mesure entraîne la suppression de 22 emplois. Le supermarché en ligne de Migros étoffe parallèlement son offre de retrait dans des points de vente.

Les employés touchés se verront proposer d'autres opportunités au sein du groupe Migros dans la mesure du possible, a indiqué LeShop.ch hier dans un communiqué.

Dix employés à Studen, à côté de Bienne, 11 à Staufen et un employé dans les services centraux sont concernés par cette décision. Les centres pilotes fermeront leurs portes le 6 mai pro-



DOMINIQUE LOCHER. Les deux centres pilotes DRIVE ont livré de précieux enseignements.

chain. Le supermarché en ligne du géant de la distribution a décidé d'étendre son service de retrait à des points de vente existants. Les clients de LeShop.ch pourront récupérer dès la fin avril les marchandises comman-

dées dans plus de 80 points de retrait PickMup. Leur nombre passera à 100 d'ici au début de l'été.

Au lieu de la livraison à domicile, les clients peuvent indiquer lors de la commande à quel emplacement ils souhaitent retirer leurs achats. L'objectif du réseau PickMup est de proposer à 95% de la population suisse un lieu de retrait situé à moins de 15 minutes de trajet en voiture, explique le directeur de LeShop.ch Dominique Locher, cité dans le communiqué.

Les deux centres pilotes de retrait pour automobilistes permettaient de se faire déposer dans la voiture les commandes passées via internet. Le centre de

Studen avait ouvert ses portes en octobre 2012, tandis que celui de Staufen avait débuté ses activités en septembre 2014.

Les deux centres pilotes de retrait pour automobilistes DRIVE ont livré de précieux enseignements, souligne Dominique Locher. «Le client apprécie la complémentarité de l'achat en supermarché aux différents formats en ligne soit la livraison à domicile ou le retrait auprès d'un PickMup», explique-t-il. «Développer le service DRIVE dans toute la Suisse aurait été coûteux et aurait pris trop de temps. Nous avons décidé de capitaliser sur les points de vente existants», a précisé à l'ats le directeur général de LeShop.ch. — (ats)