

351

NUMÉRO

Jeudi 22 octobre 2009

NOTES D'ÎÉNA

INFORMATIONS DU
CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

L'ENTREPRENEURIAT AU FEMININ

RAPPORTEURE :

GENVEIÉVE BEL

AU NOM DE LA DÉLÉGATION AUX

DROITS DES FEMMES ET À

L'ÉGALITÉ DES CHANCES ENTRE

HOMMES ET FEMMES,

PRÉSIDIÉE PAR

FRANÇOISE VILAIN

Les femmes constituent 47 % de la population active mais occupent une place encore marginale dans notre économie : elles représentent 30 % des créateurs d'entreprises et 27 % des dirigeants de PME/TPE et ce taux ne progresse guère depuis dix ans.

Or dans un contexte de vieillissement démographique et quand on sait que dans les quinze ans à venir 27 % des entreprises au plan national, dont 250 000 pour la seule Île-de-France, seront en principe transmissibles, l'encouragement et le soutien de l'entrepreneuriat au féminin apparaissent essentiels.

La communication du Conseil économique, social et environnemental procède à un état des lieux, au demeurant incomplet, du fait de données quantitatives et qualitatives disparates et lacunaires. Elle repère les principaux obstacles auxquels se heurtent les femmes entrepreneures et suggère à la lumière, notamment, des politiques volontaristes conduites avec succès dans un certain nombre de pays européens ou étrangers, des leviers d'action permettant de stimuler un véritable vivier de croissance pour l'économie.

**Communication adoptée par
le Bureau
du 22 septembre 2009**

Avertissement : cette note d'ÎÉNA présente la communication adoptée par le Bureau du mardi 22 septembre 2009.

I – LES FEMMES ENTREPRENEURES : UN PORTRAIT FLOU ET UNE POLITIQUE D'ACCOMPAGNEMENT ET DE SOUTIEN PEU STRUCTURÉE

Le terme entrepreneur recouvre un large panel de situations ayant un dénominateur commun : il s'agit de non salariés et plus précisément de travailleurs indépendants. On dénombre en France environ 2,3 millions d'indépendants, dont un peu plus de 600 000 femmes, soit à peine 27 % de cette catégorie.

A - PART DES FEMMES DANS LE TRAVAIL INDÉPENDANT

Dans l'agriculture, les femmes constituent 24 % des chefs d'exploitation, sans grande évolution depuis 2000. Dans l'artisanat, la proportion de femmes chefs d'entreprise (connue pour les seules entreprises individuelles) progresse légèrement depuis 10 ans et s'élève à 20,5 %.

Dans les professions libérales, on compte 45 % de femmes chefs d'entreprise, principalement dans les secteurs de la santé et des activités juridiques.

B - CARACTÉRISTIQUES ET SPÉCIFICITÉS DES ENTREPRISES CRÉÉES ET DIRIGÉES PAR DES FEMMES

1. Profil des créatrices

Recherche d'indépendance et goût d'entreprendre les motivent autant que les hommes, mais les femmes mettent plus souvent en avant une opportunité à saisir et le désir de créer son propre emploi (68 % contre 59 %). La moyenne d'âge des créatrices et des créateurs est similaire (38 ans), mais les premières ont un niveau de diplôme supérieur : 65 % sont titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme plus élevé contre 47 % des hommes. En revanche, elles bénéficient moins souvent qu'eux d'une expérience professionnelle en lien direct avec le secteur de création.

2. Secteurs d'activité, structure juridique et taille

Les femmes privilégient les activités tertiaires : elles sont majoritaires (59 %) dans les domaines éducation-santé-action sociale, ainsi que dans les services aux particuliers (51 %). Elles sont très présentes également dans certains services aux entreprises : conseil juridique, expertise comptable et activités de consultant. Quant à leur statut, les entreprises créées par les femmes sont principalement individuelles (60 %), alors que les hommes privilégient la forme de société (52 %). Enfin, il s'agit majoritairement de TPE ne générant qu'un seul emploi, le leur.

3. Financement et pérennité

L'investissement financier au démarrage est moindre pour les femmes que pour les hommes : 43 % d'entre elles pour 35 % d'entre eux créent avec moins de 4 000 euros, une fragilité susceptible d'influer sur la pérennité. A trois ans, les entreprises créées par les femmes sont un peu moins pérennes (67 %) que celles des hommes (70 %) et à cinq ans, l'écart se creuse en défaveur des femmes (46 % contre 52 %), excepté pour les services aux particuliers où le taux de pérennité est identique.

Et si pour monter leur entreprise, les créatrices peuvent bénéficier d'aides et de soutiens, leur foisonnement ne favorise pas le repérage des plus appropriés à leur situation. Elles sont, en outre, moins familiarisées que les hommes à l'utilisation des structures d'accompagnement et des réseaux.

II - FREINS ET OBSTACLES AU DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT AU FÉMININ

Un certain nombre d'entre eux relève du sexisme ordinaire latent dans l'environnement socioculturel : poids des préjugés générateurs d'autocensure, filières de formation initiale, déficit de modèles managériaux et bien sûr, la sempiternelle question de l'articulation entre vie professionnelle et vie familiale. D'autres proviennent de l'environnement économique et financier : frilosité du secteur bancaire vis-à-vis des TPE, a fortiori lorsqu'elles sont dirigées par des femmes, comportement parfois trop prudent des créatrices face à l'emprunt et réserves à l'égard d'une stratégie de croissance.

Les spécificités des créatrices d'entreprise et les difficultés qu'elles rencontrent sont très voisines dans les pays européens et étrangers, mais beaucoup d'entre eux ont pris conscience de l'enjeu de l'entrepreneuriat au féminin et mis en œuvre des actions visant à mieux le connaître et à le favoriser. Ces initiatives sont recensées dans la communication et les préconisations qui suivent se sont nourries de plusieurs d'entre elles.

III – STIMULER L'ENVIE D'ENTREPRENDRE DES FEMMES ET CONFORTER LEURS ENTREPRISES

A – AGIR EN AMONT

1. Lutter contre les stéréotypes

C'est dès le plus jeune âge qu'il convient de lutter contre les représentations stéréotypées des rôles respectifs des hommes et des femmes. Il importe :

- de mettre en place dans le cursus de formation des enseignants des modules consacrés à l'égalité des sexes et d'intégrer cette thématique dans les objectifs pédagogiques et les enseignements dispensés ;

- **d'éliminer les représentations sexuées stigmatisantes** dans les manuels scolaires et de conditionner les subventions allouées par les collectivités territoriales pour leur financement à cette éradication ;

- de renforcer les contrôles afin de prévenir les publicités véhiculant des clichés sexistes.

2. Favoriser la diversification des cursus

Décloisonner l'orientation des filles est fondamental pour élargir leurs choix professionnels. Il convient :

- de réformer la formation des conseillers d'orientation en améliorant leur connaissance du marché du travail et en les sensibilisant aux stéréotypes sexués dans l'emploi ;

- de rendre systématiques et obligatoires les stages des collégiens en entreprise ;

- de **faire connaître les parcours de femmes ayant réussi** dans des filières où elles sont minoritaires ;

- de développer **l'alternance** pour ouvrir de nouvelles perspectives aux jeunes filles dans les secteurs professionnels peu féminisés.

3. Développer les capacités de management et créer un esprit d'entreprise

La promotion de ces valeurs est encore plus nécessaire pour les jeunes filles qui ne s'y intéressent pas d'emblée. Des initiatives encore trop rares, telles celles développées dans les établissements scolaires par les associations « 100 000 entrepreneurs » ou « Entreprendre pour apprendre » stimulent le goût d'entreprendre des jeunes. Elles devraient être valorisées et soutenues.

Il convient également de relancer sur les campus universitaires la **création de maisons de l'entrepreneuriat**, dispositif impulsé en 2004 et permettant de rapprocher étudiants, enseignants, chercheurs et chefs d'entreprises. Il importe aussi de développer les Junior-Entreprises dans les universités.

Afin de mieux structurer cette politique incitative, il est indispensable de renforcer le rôle fédérateur de l'Observatoire des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat (OPPE) et de rendre plus opérationnelle sa mission de diffusion des bonnes pratiques.

Il apparaît surtout essentiel de **valoriser l'image de la femme chef d'entreprise** en mettant en place des actions de communication complémentaires :

- diffusion de témoignages de femmes entrepreneures et organisation de manifestations emblématiques ;

- création d'une revue spécialisée sur le modèle de la newsletter mensuelle diffusée par l'association Force Femmes ;

- lancement d'une campagne de promotion sur la transmission d'entreprises.

B - ACCOMPAGNER ET SOUTENIR

Le Conseil économique, social et environnemental préconise la **mise en œuvre d'une politique de l'entrepreneuriat au féminin par une antenne spécialisée au sein de l'Agence pour la création d'entreprises (APCE)**. Cette antenne pourrait être conçue sur le modèle du Centre d'entrepreneuriat féminin du Québec, guichet unique centralisant l'information sur toutes les ressources disponibles. Cette politique s'articulerait autour des axes suivants.

1. Mieux connaître l'entrepreneuriat au féminin

Le sexe du dirigeant n'est actuellement identifié que pour les entreprises individuelles. Il importe d'étendre cette distinction par le genre à toutes les catégories juridiques d'entreprises. Il convient aussi d'introduire dans les enquêtes de l'INSEE des questions plus précises sur le type de difficultés rencontrées par les femmes.

2. Mieux informer, assurer des formations complémentaires et un suivi

Afin de guider les femmes entrepreneures, il est proposé de constituer **une plate-forme centrale d'information** au sein de l'antenne spécialisée de l'APCE **avec des relais au niveau régional**, par exemple au sein des pôles emploi.

Dans le cadre de la formation continue, les femmes cadres dans les entreprises devraient être incitées à suivre des **formations en management**. L'intrapreneuriat, parcours de formation-action permettant à un(e) salarié(e) de porter un projet au sein même de l'entreprise et aboutissant souvent à la création de filiales, doit également être encouragé.

Les **formations complémentaires préparatoires et accompagnant toute création, reprise ou consolidation d'entreprise** sont par ailleurs indispensables. Il convient :

- de proposer des modules de formation dédiés au management des TPE et de développer des modalités de formation à distance ;

- de favoriser la création d'entreprises par les femmes dans les quartiers en difficulté ;

- d'encourager les candidates à la reprise d'entreprises grâce au relais de l'antenne spécialisée de l'APCE auprès des acteurs opérationnels (chambres consulaires, collectivités territoriales...) et pour favoriser le rapprochement des cédants d'entreprises et des femmes candidates ;

- de consolider les entreprises existantes par la mise en place de programmes spécifiques centrés sur l'aide au développement, la restructuration ou le recrutement de salariés.

3. Promouvoir les réseaux et les actions de tutorat

L'antenne spécialisée de l'APCE devrait effectuer un **recensement des réseaux existants, assorti des principaux services proposés**, afin de guider les créatrices. La mise en place de programmes de tutorat permettant d'assurer un accompagnement post création, déjà effective dans certains d'entre eux, devrait être encouragée dans l'ensemble des réseaux.

4. Renforcer les dispositifs d'aide et garantir l'accès aux financements

Il est indispensable de sensibiliser les personnels chargés de l'examen des demandes de crédit aux caractéristiques et aux secteurs d'activité de l'entrepreneuriat au féminin. Il importe aussi de renforcer le **partenariat entre organismes bancaires et réseaux d'accompagnement** afin d'offrir aux bénéficiaires un suivi personnalisé.

L'hébergement d'une entreprise en phase de démarrage dans un **incubateur** ou une pépinière constitue une **garantie de viabilité**. Il convient de développer les dispositifs de ce type.

Quant au **statut de l'auto-entrepreneur** qui offre la possibilité de tester cette viabilité, il devrait être **transitoire** (trois ans maximum) afin d'éviter de pérenniser un entrepreneuriat à plusieurs vitesses.

5. Faciliter la conciliation entre vie professionnelle et vie familiale et encourager la gestion partagée de la parentalité

70 % des femmes entrepreneures interrogées lors d'une enquête réalisée en 2007 par l'APCE placent cette question en tête de leurs difficultés.

Il importe :

- **d'ouvrir aux créatrices ou repreneuses, des droits identiques à ceux des salariées**, notamment en matière d'accueil en halte garderie et d'accès aux cantines scolaires ;

- d'encourager le **développement de structures multi-accueil des enfants** offrant accueil collectif et/ou familial, régulier, irrégulier et temporaire ;

- de mettre en œuvre le **plan d'action publié par l'ORSE** en septembre 2008, visant à aider les entreprises à **promouvoir la parentalité auprès des salariés masculins**.

Le Conseil économique, social et environnemental souhaite enfin que le **Small Business Act pour l'Europe soit rapidement opérationnel** et définisse une stratégie favorisant la croissance et la compétitivité de l'ensemble des PME/TPE, notamment des petites entreprises dirigées par des femmes.

Seule une politique volontariste, assortie d'actions simultanées dans ces différentes directions et valorisant la contribution des femmes au développement économique et social garantira une promotion pérenne de l'entrepreneuriat au féminin.

Geneviève BEL

Née le 10 avril 1946
à Tunis (Tunisie)



Fonctions et travaux au Conseil économique, social et environnemental

- Membre du groupe des Entreprises privées ;
- Membre de la section du Cadre de vie ;
- Membre de la délégation aux Droits des femmes et à l'égalité des chances entre hommes et femmes ;
- Rapporteuse de la communication sur « *Les femmes face au travail à temps partiel* », février 2008

Formation

- Première année d'études de sciences économiques (Université Paris II Assas) ;
- Études d'optique AEPO (Paris) ;
- Titulaire du CAEEA

Fonctions actuelles

Au titre de la CGPME :

- Vice-présidente de la CGPME nationale, déléguée à l'entrepreneuriat féminin (depuis janvier 2008) ;
- Présidente de la CGPME 78 (depuis juillet 1997) ;
- Membre du comité exécutif de la CGPME (depuis novembre 2002) ;
- Membre du Conseil supérieur de l'égalité professionnelle et de sa commission permanente (depuis mars 2003)

Autres activités professionnelles :

- Actionnaire et directrice du service administratif et financier de la SARL Okinawa (agence de communication) ;
- Actionnaire des SCI Jack, Charles et René (sociétés civiles immobilières)

Fonctions antérieures

- Membre du Conseil d'administration puis du Bureau des AGEFOS-PME Île-de-France (2002-2005)
- Mandataire au FONGECIF Île-de-France (2001-2004) ;
- Enseignante

Distinctions honorifiques

- Chevalier des Palmes académiques ;
- Chevalier de la Légion d'honneur