



# L'entrepreneuriat féminin

## Document d'étape

Claire Bernard  
Caroline Le Moign  
Jean-Paul Nicolai

N°2013-06, avril 2013



PREMIER MINISTRE



Les documents de travail du Centre d'analyse stratégique (CAS) sont des études ou des travaux de recherche effectués au CAS. Ils n'engagent que leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement des positions du Centre d'analyse stratégique. L'objet de leur diffusion est de susciter le débat et d'appeler commentaires et critiques.



## Table des matières

Résumé.....	7
Synthèse.....	9
Préambule.....	15
Introduction.....	19
<b>I Du désir d'entreprendre à la réalisation, freins et motivations à l'entrepreneuriat.....</b>	<b>25</b>
1.1. Quels déterminants pour l'entrepreneuriat ? .....	25
1.1.1. Démarche générale.....	25
1.1.2. Principaux résultats.....	26
1.1.3. Quelques effets spécifiques liés aux femmes.....	27
1.2. L'intériorisation des freins à l'entrepreneuriat.....	28
1.2.1. Les trois variables subjectives « d'intériorisation » .....	28
1.3. Les facteurs objectifs de la création d'entreprise.....	31
1.3.1. Couple et enfants.....	31
1.3.2. L'importance de l'expérience.....	33
1.3.3. L'importance d'avoir un réseau.....	35
1.4. Les femmes et le goût pour la prise de risque.....	38
1.4.1. L'aversion au risque comme déterminant comportemental .....	38
1.4.2. Une plus grande aversion au risque observée chez les femmes.....	39
1.4.3. Faire levier sur la prudence comme sur le goût du risque .....	41
1.5. La typologie des entrepreneuses issue des motivations à la création.....	41
1.5.1. Quelques précautions à prendre dans l'analyse.....	42
1.5.2. Des motivations très voisines entre hommes et femmes.....	43
1.5.3. L'enrichissement financier, moins moteur chez les femmes entrepreneurs.....	43

<b>II Le passage à l'acte et son financement.....</b>	<b>45</b>
2.1. Le puzzle de l'accès au financement .....	45
2.2. Choix sectoriels, mise de départ et management .....	46
2.2.1. Plus averses au risque et moins en recherche de rentabilité.....	46
2.2.2. Le biais sectoriel .....	47
2.2.3. La prise de risque initiale : l'investissement de départ .....	48
2.2.4. La recherche de l'effet de levier .....	51
2.2.5. La compétence en matière de gestion financière .....	52
2.3. Les différentes étapes.....	54
2.3.1. L'amorçage .....	55
2.3.2. Le développement.....	55
2.3.3. La gestion courante.....	56
2.3.4. Une meilleure compréhension du financement grâce à une typologie .....	56
2.4. Accès à des aides publiques et accompagnement à la création d'entreprise .....	57
2.4.1. Des aides à la création orientées vers les demandeurs d'emploi.....	58
2.4.2. Le Fonds de garantie à l'initiative des femmes .....	61
2.5. Les spécificités de l'entreprise innovante .....	62
2.5.1. Les orientations scolaires et universitaires .....	62
2.5.2. Des représentations ici encore défavorables .....	62
2.5.3. Un manque de moyens financiers pour un investissement innovant.....	63
2.6. Création, reprise ou entreprise héritée.....	64
<b>III Performances.....</b>	<b>67</b>
3.1. L'ambition .....	68
3.1.1. Développement et dimensionnement .....	68
3.1.2. Des ambitions affichées plus faibles, pas de différence en termes de création d'emplois .....	68
3.1.3. Croissance et gains de productivité.....	68
3.1.4. L'internationalisation .....	69
3.2. Taux de pérennité .....	70
3.2.1. Taux de survie à trois ans des entreprises créées en 2006.....	71
3.2.2. Taux de survie annuels des entreprises créées en 2002 .....	73
3.3. Performances des entreprises supérieures à quatre millions d'euros de CA.....	75
<b>Conclusion : quelle politique publique ?.....</b>	<b>77</b>

<b>Annexe 1</b> – Entreprises individuelles et auto-entrepreneurs.....	82
<b>Annexe 2</b> – Tableau statistique : Indépendants-Repreneurs-Créateurs.....	85
<b>Annexe 3</b> – Analyse économétrique de la base GEM.....	90
<b>Annexe 4</b> – <i>Women-led companies</i> .....	113
<b>Bibliographie</b> .....	117



## L'entrepreneuriat féminin

Claire Bernard  
Caroline Le Moign  
Jean-Paul Nicolai

### Résumé

Les femmes entrepreneurs ne sont pas aussi nombreuses qu'elles devraient. Existe-t-il des freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ? S'agit-il de contraintes socio-démographiques comme le niveau de diplôme ou le nombre d'enfants, ou encore de raisons plus contextuelles comme la conjoncture ou les particularités nationales ? Ou bien de freins liés aux stéréotypes de genre ? Cette étude montre qu'il existe bien un « facteur femme », toutes choses égales par ailleurs, qui résiste à la prise en considération des éléments socio-démographiques et contextuels. Ce facteur est très nettement le fruit d'une intériorisation des freins à l'entrepreneuriat qui éloignerait les femmes d'un tel projet. Toutefois, même en prenant en compte ces aspects subjectifs, il subsiste un « facteur femme » en France. Afin d'expliquer cet écart résiduel entre hommes et femmes, quelques pistes sont explorées, notamment les différences de comportement face au risque et la moindre volonté de s'enrichir de ces dernières, malgré des motivations globalement similaires à celles des hommes. Est également étudiée l'éventuelle discrimination dont souffriraient les femmes dans l'accès au financement. Notre analyse ne révèle pas à cet égard de différences entre hommes et femmes, mais propose l'explication qui proviendrait d'une demande de financement moins forte lorsque l'entrepreneur est une femme (projets moins ambitieux). Enfin, les entreprises créées par des femmes sont réputées être moins pérennes durant les premières années. Une analyse détaillée des taux de survie en fonction du profil des entrepreneuses relativise ce résultat. De plus, dès lors qu'elles ont atteint une certaine taille, les entreprises dirigées par les femmes sont en moyenne plus performantes. L'ensemble de ces premiers travaux milite en faveur d'une segmentation de l'entrepreneuriat féminin, l'hétérogénéité mise en avant par notre étude devant être prise en compte. L'exploitation à venir de bases de données plus complètes permettra d'être plus conclusif dans une version finale de ce document d'étape. Il est toutefois possible d'indiquer dès maintenant des pistes pour une politique publique visant à accroître le nombre de créateurs femmes.

**Mots-clés** : entrepreneuriat ; genre ; création d'entreprise ; politique publique ; amorçage ; innovation.





## L'entrepreneuriat féminin

Claire Bernard  
Caroline Le Moign  
Jean-Paul Nicolai<sup>1</sup>

### Synthèse

L'entrepreneuriat féminin reste insuffisamment développé dans la plupart des pays de l'OCDE. En France, la part des femmes dans l'entrepreneuriat est de l'ordre ou inférieur à 30 % quelle que soit la mesure retenue (créateurs, dirigeants, auto-entrepreneurs, indépendants...) et la dynamique favorable observée en matière de créations d'entreprises ces dernières années n'a pas vu évoluer significativement ces chiffres.

Il est naturel, face à un tel constat, que les gouvernements se saisissent du dossier. Deux arguments majeurs justifient une action publique en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Un premier vise à garantir l'égalité entre les hommes et les femmes dans l'accès à la création ou la reprise d'entreprise. Le second argument concerne plus généralement l'efficacité économique et la croissance. Tout d'abord, on peut voir dans ce nombre insuffisant d'entrepreneurs femmes un gisement important d'emplois. Comme le nombre d'emplois engendrés par une création d'entreprise dépasse l'unité, il est même à espérer un effet de levier d'un accroissement de l'entrepreneuriat féminin. Il se pourrait ensuite que les entreprises créées par les femmes (ou leur mode de gestion) se révèlent dans la durée plus performantes et plus résilientes que celles dirigées par des hommes. Une action publique à destination des femmes dans les phases de création et développement de leurs entreprises pourrait alors d'autant plus se justifier. Que la visée soit l'égalité ou l'efficacité, il apparaît donc essentiel de comprendre les freins ou les déterminants spécifiques aux femmes dans la création d'entreprise et d'identifier des leviers d'action en leur faveur.

De nombreux travaux et rapports ont été réalisés sur ces thèmes, en France comme dans les organisations internationales, et de nombreuses actions ont déjà été engagées dans la plupart des pays. Il subsiste toutefois certaines interrogations, plusieurs constats restant en effet parfois contradictoires. L'objet de cette étude est d'essayer d'éclaircir trois de ces « puzzles ».

Les femmes valorisent l'entrepreneuriat autant que les hommes et pourtant elles ont moins fréquemment l'intention de se lancer dans l'aventure. Ce sera notre premier puzzle. De nombreuses sources et témoignages font apparaître une difficulté d'accès au financement des femmes entrepreneurs, et pourtant ces dernières ne soulignent pas plus que les hommes une telle difficulté dans les enquêtes. Ce sera notre deuxième puzzle. Enfin, les travaux existants présentent les entreprises créées par des femmes comme moins pérennes, alors que, passée une certaine taille, elles seraient à l'inverse plus performantes. Ce sera notre troisième puzzle.

---

<sup>1</sup> Claire BERNARD et Caroline LE MOIGN, chargés de mission, département Économie Finances, Centre d'analyse stratégique. Jean-Paul NICOLAÏ, chef du département Économie Finances, Centre d'analyse stratégique (jean-paul.nicolai@strategie.gouv.fr).

Pour résoudre ou mieux éclairer ces trois questions, nous recourons à différentes sources statistiques sur données individuelles, certaines peu exploitées (données individuelles du *Global Entrepreneurship Monitor*, enquête Patrimoine, partie publique de l'enquête SINE). Une prochaine étape pour compléter ce travail sera l'exploitation approfondie de l'enquête complète SINE<sup>2</sup> (accord du Comité du secret statistique<sup>3</sup> obtenu mi-mars 2013) et de la base de données créée par *Women Equity Partners* mise à notre disposition.

L'entrepreneuriat féminin regroupe des réalités économiques très diverses, d'où l'importance de bien typer les différentes entreprises à la fois pour conduire un diagnostic correct et pour cibler au mieux les politiques publiques. Nous essayons systématiquement de prendre en compte l'hétérogénéité des créatrices et des entreprises créées et, lorsque les données le permettent, nous nous concentrons sur les entreprises susceptibles de croître, en excluant du champ d'analyse les indépendants et les auto-entrepreneurs qui méritent une étude spécifique.

En réponse à notre première interrogation nous montrons que les déterminants de la création d'entreprise contextuels (pays, conjoncture) et socio-démographiques (âge, statut en emploi, situation familiale, revenus, diplôme, réseau) expliquent assez bien la probabilité de créer une entreprise. La France apparaît d'ailleurs à cette aune comme très propice à la création d'entreprise, assez bien classée derrière les États-Unis, au même niveau que l'Allemagne, loin devant l'Espagne, l'Italie, la Suède, le Royaume-Uni ou le Danemark. Toutefois, un « facteur femme » apparaît peser significativement sur la probabilité de se lancer dans l'entrepreneuriat. L'analyse montre d'ailleurs que la prise en compte des déterminants socio-démographiques et contextuels ne modifie pas la probabilité défavorable pour une femme de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale telle que mesurée initialement : il y aurait bien une spécificité qui tiendrait au genre, et qui serait de plus indépendante de ces déterminants « objectifs » traditionnels. Pour aller plus loin, nous introduisons alors des variables subjectives, susceptibles de rendre compte de l'intériorisation des contraintes liées à la création d'entreprise (avoir peur d'échouer, se sentir capable d'entreprendre, voir des opportunités pour créer une entreprise). Celles-ci apparaissent effectivement peser d'un poids important dans la probabilité de créer une entreprise. Surtout, contrairement aux variables objectives, elles réduisent significativement l'effet négatif du « facteur femme » : l'interprétation de ce résultat est que les freins subsistants encore dans l'entrepreneuriat féminin sont essentiellement liés aux représentations. Néanmoins, il subsiste une spécificité au fait d'être femme en matière de création d'entreprise, au-delà des effets « d'intériorisation ». Nous étudions plus en détail les biais liés à la situation familiale, ceux liés à l'expérience préalable et à l'existence d'un réseau, sans éclaircir cet écart résiduel. Le projet entrepreneurial est sans doute arbitré avec un projet familial *avant* la création et il est plus difficile de le mettre en évidence au travers des données dont nous disposons. En revanche, l'analyse des différences hommes femmes en matière d'aversion au risque et de motivation permet d'apporter un dernier éclairage sur le thème et de suggérer des pistes de politiques publiques.

La seconde partie de notre étude est consacrée à la question de l'accès au financement. Le « puzzle » peut être résolu en considérant que les entreprises créées par des femmes ont une demande de financement différente de celles des hommes. Cette demande, plus faible, rendrait *in fine* moins prégnante une discrimination qui existerait au niveau des banques et du secteur du capital investissement. Nous montrons qu'effectivement il existe des spécificités pour les entreprises créées par les femmes (secteurs, management, prise de risque), mais que les écarts restent modestes et s'expliquent plus par l'existence de

---

<sup>2</sup> Système d'information sur les nouvelles entreprises.

<sup>3</sup> Placé auprès du Conseil national de l'information statistique.

certaines catégories au sein de la population des femmes entrepreneurs que par celle d'un biais général. Nous zoomons ensuite sur les dispositifs publics visant en particulier les chômeurs, sur la catégorie des créations d'entreprises innovantes et sur les reprises d'entreprises. Nous montrons au total que si les efforts en matière d'accès au financement des femmes entrepreneurs sont encore les bienvenus, il ne s'agit pas là d'un frein général qui serait une clef unique pour l'entrepreneuriat féminin et qu'un ciblage spécifique est à construire.

Enfin, la troisième partie traite la question de la performance des entreprises dirigées par des femmes. En ce qui concerne les grandes entreprises, les réponses semblent aujourd'hui sans ambiguïté : oui, les entreprises dirigées par des femmes surperforment. Certains modèrent ces résultats en mettant en avant la diversité de genre comme étant le facteur de succès et non le fait d'une direction féminine, mais les chiffres sont assez clairs et ne font pas, pour le moins, état d'une sous-performance. Nous nous concentrons sur l'analyse des ambitions et des taux de survie des entreprises afin de mieux appréhender les raisons des taux de pérennité plus faibles chez les entreprises créées par des femmes. L'analyse plus fine que nous proposons permet de focaliser les fragilités sur certains types de projets plus que sur une sous-performance que présenteraient ces entreprises en général.

De ces trois grandes questions que nous avons approfondies dans le travail qui suit ressort un trait majeur. L'entrepreneuriat des femmes ne doit pas être considéré de façon monolithique. L'action des pouvoirs publics doit clairement distinguer ses cibles entre des projets de création visant essentiellement à créer son emploi ou à exercer une activité par nature indépendante, des projets d'entreprise visant à bâtir collectivement – même si l'*affectio societatis* n'est pas visible à la création – et des projets plus ambitieux encore en termes de croissance, où l'horizon doit être celui de l'entreprise de taille intermédiaire (ETI), et du développement international.

Sur la base de ces analyses, la dernière conclusion esquisse quelques pistes de politique économique. Un premier axe relève d'un besoin de documentation et de suivi des entrepreneurs plus systématique, en vue d'un meilleur pilotage de l'entrepreneuriat et, en particulier, de l'entrepreneuriat féminin, ainsi que d'évaluations des mesures d'aides existantes. Cette conclusion s'inscrit dans la lignée du rapport de la Cour des Comptes qui stigmatise le manque d'évaluations du « millefeuille » des aides actuelles, ou du rapport de la Commission européenne qui préconise un marquage plus systématique du genre dans les enquêtes. Il serait possible d'être plus ambitieux afin de disposer plus rapidement d'informations, en examinant par exemple la mise en place d'un portail normalisé des créations d'entreprises où les différentes parties prenantes pourraient simplement contribuer de façon décentralisée en apportant les éléments d'information qui les concernent (Pôle emploi, OSÉO, *France Active*, structures de soutien régionales, les bénéficiaires, leurs investisseurs lorsqu'il s'agit d'institutionnels, etc.).

Par ailleurs, deux freins à l'entrepreneuriat – et plus particulièrement à l'entrepreneuriat féminin – méritent d'être étudiés de manière plus précise : l'accès à un réseau et l'accès au financement. Les freins dans l'accès au financement pour les créatrices d'entreprises sont difficilement mesurables à travers les enquêtes existantes. Afin de mieux les cerner, la charte envisagée par le gouvernement, à laquelle adhèreraient les réseaux bancaires, pourrait prévoir une restitution annuelle des taux de refus bancaire en fonction du genre du porteur de projet, ainsi que la mise en œuvre d'une méthode statistique pouvant permettre de détecter effectivement la présence de discriminations, à même de justifier une intervention et si besoin, d'éventuellement développer les garanties supplémentaires à l'égard des femmes.

Une seconde famille de pistes vise les stéréotypes de genre, et plus généralement les représentations en matière d'entrepreneuriat qui peuvent être des freins en amont de la création. En particulier le développement de « rôles modèles », c'est-à-dire d'exemples d'entrepreneurs (féminins) à même de stimuler un public pouvant s'identifier, et éventuellement ciblant spécifiquement les étudiant(e)s de filières scientifiques. Par ailleurs, un des constats de notre étude est que l'expérience entrepreneuriale joue fortement sur la décision de lancer sa propre activité, et ce quel que soit le genre. Il conviendrait ainsi de démultiplier certaines expériences dans les cursus du supérieur qui mettent en situation leurs étudiants pour créer une entreprise en groupe. Ce type d'expériences s'appuierait sur les politiques nationales existantes, telles que les pôles d'entrepreneuriat étudiants (PEE), ou les maisons de l'entrepreneuriat. De même, toute mesure favorisant la création à partir d'équipes mixtes, avec une mixité du genre mais également du type de formation apparaît bienvenue, sans que nos analyses ne puisse faire autre chose que le suggérer.

D'autres orientations pourraient faire l'objet d'une étude plus approfondie, à partir de notre constat que l'expérience entrepreneuriale est un gage de succès pour ensuite créer et développer sa propre entreprise. L'une d'entre elles étendrait la question de l'emploi dans l'entrepreneuriat féminin à celle, plus générale, de l'enclavement en matière de ressources humaines auquel font face les PME françaises. Le Centre d'analyse stratégique a d'ailleurs mis en évidence l'importance d'aider les PME à se structurer en termes de ressources humaines pour favoriser leur essor, notamment à l'international (Dhont-Petrault, 2012).

Enfin, une dernière famille concerne la création elle-même et le développement de l'entreprise. Au-delà des mesures existantes ou souvent préconisées, il est possible de réfléchir à d'autres pistes. Par exemple, il pourrait être examiné dans quelle mesure le FGIF, fonds garantissant l'endettement des entreprises créées par des femmes, pourrait le cas échéant être complété par un fonds de garantie sur les fonds propres. À noter dans le même esprit l'expérimentation de la région Poitou-Charentes, avec la Caisse des Dépôts et d'autres partenaires, qui vise à mieux doter en fonds propres les entreprises créées par des femmes. L'idée est, en simplifiant, de s'appuyer sur des réseaux délivrant des prêts d'honneur et de créer un fonds qui vient les abonder.

Notre étude a mis en évidence la grande hétérogénéité de l'entrepreneuriat féminin. Dans une logique de recherche d'efficacité économique et de croissance, il convient de cibler les créateurs d'entreprises à la fois selon des caractéristiques susceptibles d'entraîner certains comportements et décisions (aversion au risque, motivations, mais aussi revenus, patrimoine, capacité à mobiliser un capital financier ou social, etc.) et des caractéristiques plus objectives (âge, statut dans l'emploi, localisation...).<sup>4</sup> Cette démarche est essentielle car elle permet sans doute d'éviter la stigmatisation qu'entraînent des actions réservées aux femmes (certifications, labels, prix, réseaux, etc.). Il est plus pertinent selon nous d'identifier des actions dédiées à des catégories d'entrepreneurs non définies par le genre, mais là où les femmes entrepreneurs sont le plus susceptibles de bénéficier d'un soutien naturellement plus important. À titre d'exemple, on peut penser à la question des labels d'innovations : créer une catégorie « innovation femmes » peut conduire à exclure les femmes qui sont aujourd'hui aussi innovantes que les hommes du label « innovation », et risque de créer un label de « seconde zone » aux yeux des financeurs par exemple ; en revanche, créer une catégorie « innovation services » renforce la probabilité d'offrir le label à des femmes sans rien retirer de la possibilité de bénéficier du label initial.

---

<sup>4</sup> Nous aurons à affiner ces éléments de typologie dès que nous aurons à disposition l'ensemble des informations contenues dans l'enquête SINE.

Cette approche s'applique également aux différences comportementales constatées entre hommes et femmes, par exemple en matière d'aversion au risque.

Lorsque cela s'avère impossible ou délicat de cibler, des mesures favorisant « l'auto-sélection » doivent être considérées. Cette démarche relève d'un principe de contrat d'assurance où sont modulés les niveaux d'assurance en fonction du type de risques couverts. L'assuré choisit le contrat qui lui correspond le mieux parmi toute une famille de contrats ; si l'assureur a bien structuré son offre, le contrat retenu par l'assuré sera aussi celui qui est optimal pour l'assureur. Dans le cadre de l'entrepreneuriat, les « avances remboursables » peuvent faire office de contrats modulable : les montants prêtés ou garantis dépendant d'engagements de l'entreprise (chiffre d'affaires, embauche, etc.), ils permettraient d'inciter les entrepreneurs frileux mais compétents à dimensionner de façon plus ambitieuse leur projet<sup>5</sup>. À nouveau, la segmentation qui peut être faite en matière d'entrepreneuriat féminin renforcerait le mécanisme « d'auto-sélection ».

---

<sup>5</sup> Ces pistes de réflexion se rapprochent des mesures préconisées en 2012 par le Centre d'analyse stratégique et qui visent à « instrumenter » les aversions pour le risque différenciées selon les populations (Dhont-Peltrault et Llense, volet 2, 2012). Il s'agit en particulier de former et d'inciter les moins averses au risque à se structurer sur le plan comptable et sur la gestion de trésorerie, et d'offrir au plus prudents des dispositifs d'avance remboursables suffisamment incitatifs pour qu'ils se montrent plus ambitieux dans leur projet.



---

## Préambule : enquêtes utilisées et définitions

Le travail non salarié regroupe deux types de statut dans l'emploi : le travail indépendant ou travail à son compte et les dirigeants d'entreprises. Ces deux formes de travail constituent deux réalités différentes en termes d'activité économique, de prise de risque et de création d'emploi mais sont souvent traitées ensemble dans la plupart des rapports sur l'entrepreneuriat féminin car les données disponibles ne permettent pas toujours de les distinguer, notamment en comparaison internationale.

Être chef d'entreprise ou être à son compte sans salarié sont deux modes d'exercice du travail dit « indépendant » qui ne relève pas de la même démarche. Une des manières de clairement les distinguer est de différencier les personnes physiques des personnes morales.

En France, les travailleurs indépendants regroupent les professions libérales, exploitants agricoles, patrons de l'industrie, du commerce et des services ou dirigeants de société, et peuvent prendre différentes formes juridiques. Cette population est très hétérogène, en termes de niveau de qualification, de taille d'entreprise ou encore de revenus. De plus depuis 2009, il existe le régime d'auto-entrepreneur qui relève d'une autre réalité économique bien distincte du travail indépendant (voir ANNEXE 1). Les données dont nous disposons datant d'avant 2009, l'auto-entrepreneuriat n'est pas inclus dans les analyses qui suivent, mais mériterait d'être considéré plus en détails, notamment du point de vue du genre.

Par ailleurs au sein des entrepreneurs hors indépendants, les entreprises peuvent être soit reprises soit créées au lancement du projet, ce qui a des implications en termes d'investissement de départ, de prise de risque, de gestion, etc. Parmi les entreprises créées comme reprises, celles-ci peuvent avoir des statuts juridiques très différenciés : SARL, SAS, société en commandite, etc. Elles peuvent également être créées seules ou en collaboration avec d'autres associés qui peuvent eux même être des hommes ou des femmes. Il convient pour ces dernières de définir quelles sont celles incluses dans l'entrepreneuriat féminin. Certaines études, comme celles du *Women Equity* définissent les entreprises dirigées par des femmes comme toute entreprise ayant des femmes dans ses instances de direction (présidence et direction générale). D'autres travaux prennent comme critère un seuil de parité. Dans les données utilisées ici, nous sommes en mesure d'identifier le sexe du créateur (enquête SINE) ou du/des chef(s) d'entreprise (enquête Patrimoine) ; pour ces derniers nous considérons toute entreprise avec au moins une femme à sa tête comme une entreprise dirigée par une femme.

En fonction des données que nous utiliserons, nous traiterons de ces différents types d'entrepreneuriat féminin.

La notion de création d'entreprise est celle définie par l'Insee au sein du répertoire national des entreprises et des établissements (Sirene), harmonisé au niveau européen pour faciliter les comparaisons : une création d'entreprise correspond à la mise en œuvre de nouveaux moyens de production. On retient à ce titre :

- la création d'entreprise correspondant à celle de nouveaux moyens de production (nouvelle immatriculation dans Sirene) ;
- le cas où l'entrepreneur (il s'agit en général d'un entrepreneur individuel) reprend une activité après une interruption de plus d'un an (pas de nouvelle immatriculation dans Sirene mais reprise de l'ancien matricule) ;

- les reprises par une entreprise nouvelle de tout ou partie des activités et moyens de production d'une autre entreprise (nouvelle immatriculation dans Sirene) lorsqu'il n'y a pas continuité de l'entreprise reprise.

### Enquête Patrimoine 2010, Insee

Elle a pour objectif de décrire les actifs financiers, immobiliers et professionnels des ménages. Parmi les actifs professionnels sont recensées les entreprises dont les ménages enquêtés sont propriétaires. Pour chaque entreprise dont le ménage est propriétaire, on est en mesure d'identifier le chef d'entreprise dans le ménage. L'enquête 2010 a été réalisée auprès de plus de 21 000 ménages résidant en France (DOM inclus). Elle compte 1 854 chefs d'entreprises. Lors de nos analyses, par souci de cohérence avec le champ d'étude de l'enquête SINE, on s'est concentré sur les entreprises du secteur marchand, hors activités agricoles, soit 1 668 unités (dont 906 personnes morales) créées entre 1953 et 2010. Dans l'analyse qui suit, on a fait systématiquement la distinction entre les personnes physiques et morales. L'avantage de cette enquête est que, comme elle ne porte pas uniquement sur l'entrepreneuriat, sa population regroupe des entrepreneurs et des non entrepreneurs et permet donc de comparer les femmes chefs d'entreprise au reste des individus. Par ailleurs elle est constituée d'un module sur l'aversion au risque qui nous permet d'enrichir notre analyse de statistiques comparatives sur la prudence et le goût pour la prise de risque, deux données essentielles lorsqu'on étudie l'entrepreneuriat.

### Enquête SINE 2009, entreprises créées en 2006

Le dispositif SINE (Système d'information sur les nouvelles entreprises) permet d'analyser le profil du créateur et les conditions de démarrage des nouvelles entreprises, les conditions de développement, les problèmes rencontrés par les jeunes entreprises lors des cinq premières années de leur existence et les effets sur l'emploi des créations d'entreprises. L'enquête couvre la France métropolitaine et les départements d'outre-mer (DOM). Menée auprès des créateurs et repreneurs d'entreprise en 2006, elle est réalisée auprès d'un échantillon représentatif des unités juridiques – personnes physiques ou morales – démarrant une activité économique dans le champ du secteur marchand hors exploitations agricoles, telle que définit par l'Insee. Concrètement, toute entreprise, personne physique (entrepreneur individuel) ou morale (société), inscrite au répertoire Sirene au premier semestre 2006 peut être incluse dans l'échantillon SINE (mise à part quelques exceptions<sup>6</sup>). L'enquête SINE est également la seule source qui permet de suivre les nouvelles entreprises au cours du temps.

L'échantillon de base SINE est constitué de 48 251 observations, à partir desquelles nous enlevons les entreprises franchisées, étrangères. L'échantillon est alors de 41 257 entrepreneurs, parmi lesquels nous avons 22 950 indépendants, et de 18 307 non indépendants, dont 15 112 créateurs et 3 100 repreneurs (tableau 1).

Dans ce document de travail, les analyses se basant sur l'enquête SINE précisent à chaque fois à quelle partie de l'échantillon il est fait référence.

---

<sup>6</sup> Comme les entreprises saisonnières, entreprises à siège à l'étranger, etc. Voir : [http://www.insee.fr/fr/themes/detail.asp?ref\\_id=ir-sine2009&page=irweb/sine2009/dd/doc/champ.htm](http://www.insee.fr/fr/themes/detail.asp?ref_id=ir-sine2009&page=irweb/sine2009/dd/doc/champ.htm)



**Tableau 1**  
**L'échantillon de l'enquête SINE**

	Hommes	Femmes
Échantillon total	33 403	14 848
Échantillon utilisé	28 027	13 230
Indépendants	14 628	8 322
Non indépendants	13 399	4 908
Créateurs	11 356	3 756
Repreneurs	2 043	1 152

### *Global European Monitor*

Le *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) project* est une mesure annuelle de l'activité entrepreneuriale, des aspirations et des attitudes des individus vis-à-vis de cette dernière ; Elle se fait au travers de différentes enquêtes dont une auprès d'adultes échantillonnés dans une centaine de pays avec un minimum de 2 000 personnes interrogées chaque année depuis plus de dix ans. Les bases de données au niveau individuel sont libres d'accès, mais avec trois ans de décalage ; c'est ainsi que nous avons travaillé sur des données allant de 2001 à 2009. Ce projet a été initié à la fin des années 1990 par un partenariat entre la *London Business School* et le *Babson College*. Différents sponsors rémunèrent aujourd'hui les équipes locales pour leur travail de collecte (en 2011, le budget du projet approchait les neuf millions de dollars).

Les variables disponibles sont nombreuses, notamment les variables subjectives susceptibles de déterminer le passage à l'acte de la création comme la peur d'échouer ou le sentiment d'avoir les capacités. Un travail est réalisé depuis peu pour définir les concepts de créateurs ou propriétaires-manageurs de façon à stabiliser le concept de « créateur ». Sont étudiés aussi les créateurs dans le cadre de *spin-off*, les activités de *business angel*, etc. (Bosma *et al.*, 2012).

Certains pays disposent de plusieurs vagues d'enquête par an, d'autres non, mais le GEM vise 2 000 observations à minima par pays. C'est le cas de la France, assez mal représentée par rapport à l'Allemagne, le Royaume-Uni et même l'Espagne. Il est important de noter que, statistiquement, 2 000 observations ne donnent pas beaucoup de créations d'entreprise observées et enquêtées.

Le GEM reste malgré tout une source riche pour l'analyse de la création d'entreprise et nous y consacrons une analyse détaillée dans l'ANNEXE 3. Enfin, dernière difficulté, les indépendants ne sont pas dissociés des « entrepreneurs » au sens de créateur d'une entreprise destinée à faire société.

### **Baromètre Caisse d'Épargne**

Réalisé en 2012 auprès d'un échantillon national représentatif de 925 chefs d'entreprise de moins de dix salariés, il est constitué d'après la méthode des quotas (sexe, secteur d'activité, taille salariale et région). Les auto-entrepreneurs n'ont pas été interrogés dans le cadre de cette enquête. Selon les questions, l'échantillon se concentre sur les créateurs de moins de trois ans ou à l'inverse sur les créateurs de plus de trois ans.

### *Women Equity Partner Index*

*Women Equity Partner*<sup>7</sup> a récemment mis à notre disposition ses bases de données 2010 et 2011 recensant l'ensemble des PME de plus de quatre millions d'euros de chiffre d'affaires, recensées dans les données de greffe ; elles renseignent des variables sur les comptes de résultat et les bilans au cours des années précédentes et des variables sur le genre des dirigeants, l'ancienneté de l'entreprise, etc. Cette base constitue une véritable innovation dans la mesure où elle permet en France de comparer les performances des entreprises avant et depuis la crise en fonction du genre des dirigeants. À noter qu'il existe un biais déclaratif : certaines entreprises ne déclarent pas leurs comptes de résultats et leur bilan, préférant payer une amende. Il n'est donc pas possible entre deux années de distinguer si l'entreprise est sortie de la base en raison d'une cessation d'activité / d'une vente ou d'une simple non-déclaration.

---

<sup>7</sup> « *Women Equity Partners (WEP)* est le premier acteur du capital investissement en Europe centré sur les entreprises de croissance dirigées par des femmes ou faisant preuve d'une mixité exemplaire au sein de leurs instances de direction. *WEP* développe ainsi une approche d'investisseur responsable convaincu que croissance et promotion des critères sociaux, mais aussi environnementaux et de gouvernance, sont les leviers d'une création de valeur pérenne. (site internet de *WEP*) ; *WEP* s'appuie sur une association : « Le *Women Equity Program* a pour vocation de maximiser l'impact sociétal de notre démarche d'investisseur : mis en œuvre par l'association *Women Equity for Growth*, il applique un programme d'études et de recherches permettant de disposer d'une connaissance poussée de l'univers des PME dirigées par les femmes et d'une compréhension objective des questions de genre dans le domaine économique. Il a également pour objet de contribuer, en travaillant à la visibilité des entreprises de croissance performantes et de leurs dirigeantes, à l'émergence d'une variété de modèles de succès (« role models »). » Dunya Bouhacene est *Managing Partner* et fondatrice du *Women Equity Program*.

## Introduction

Pourquoi l'entrepreneuriat féminin pose-t-il questions ? Il reste insuffisamment développé dans la plupart des pays de l'OCDE. Selon les pays, la proportion de femmes parmi les chefs d'entreprise varie entre 20 et plus de 40 %<sup>8</sup>, mais il faut aller au Mexique ou en Corée du sud pour dépasser les 30 %. Le cas français en matière de création d'entreprises par des femmes est d'ailleurs particulièrement faible, comparé à d'autres pays de l'OCDE. En 2009, moins de 1 % des françaises sur la tranche d'âge 18-64 ans a créé une entreprise ou était propriétaire d'une entreprise récemment créée (3,3 % pour les hommes) contre 1,8 % en Allemagne (2,3 % pour les hommes), 1,8 % au Royaume-Uni (4 % pour les hommes) et plus de 2,9 % aux États-Unis (5,1 % pour les hommes)<sup>9</sup>. En France, sur la décennie 2001-2009, la proportion de personnes déclarant une création en cours (hors *spin-off*), n'est composée en moyenne que de 3,7 % de femmes contre 7,4 % d'hommes.

La dynamique des créations d'entreprises françaises ces dernières années n'a d'ailleurs pas vu évoluer significativement la part des femmes créatrices : la proportion reste stable depuis 2006, variant entre 28 % et 29 % (enquêtes SINE 2006 et 2010, Insee). Enfin, ces chiffres ne s'améliorent pas non plus lorsque les entreprises grandissent : en 2010, la part des femmes chefs d'entreprises de plus de dix salariés représentait 13 % de l'ensemble<sup>10</sup>. Elles sont également moins fréquemment propriétaires et manager d'une entreprise que les hommes. C'est une constante dans tous les pays développés. À partir des données du *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) pour la France, on montre qu'entre 2001 et 2009, 5,2 % des femmes sont des « chefs d'entreprise » contre 8,5 % des hommes.

Face à cette sous-représentation des femmes dans l'entrepreneuriat, deux arguments justifient une action publique en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Un premier vise à garantir l'égalité entre les hommes et les femmes dans l'accès à la création ou la reprise d'entreprise. Pour ce faire, il convient d'étudier s'il existe des freins ou des déterminants spécifiques aux femmes dans la création d'entreprise et, si c'est le cas, d'identifier des leviers d'action en leur faveur. Le second argument concerne plus généralement l'efficacité économique et la croissance. Tout d'abord, on peut voir dans ce nombre insuffisant d'entrepreneurs femmes un gisement important d'emplois. Comme le nombre d'emplois engendrés par une création d'entreprise dépasse l'unité, il est même à espérer un effet de levier d'un accroissement de l'entrepreneuriat féminin. Il se pourrait ensuite que les entreprises créées par les femmes (ou leur mode de gestion) se révèlent dans la durée plus performantes et plus résilientes que celles dirigées par des hommes. Une action publique à destination des femmes dans les phases de création et développement de leurs entreprises se justifierait si celles-ci rencontraient des difficultés particulières.

De nombreux travaux ont été conduits ces dernières années sous ces deux angles et des enquêtes ont été réalisées sur l'entrepreneuriat permettant en particulier d'explorer les différences de genre. Les données restent partielles mais de premiers résultats consensuels émergent, justifiant une intervention publique à la fois sur les freins à la création d'entreprises par les femmes et sur l'accompagnement des femmes entrepreneuses dans la gestion et le développement de leur entreprise. De nombreuses actions ont été engagées dans la plupart des pays, avec les encouragements des organisations internationales, suivant le modèle de deux États précurseurs en la matière : les États-Unis et le Canada.

<sup>8</sup> Avec la définition retenue par l'OCDE, voir OECD (2012). Notamment, avec au moins un employé.

<sup>9</sup> Chiffres GEM, voir *Global Entrepreneurship Monitor*, 2009.

<sup>10</sup> Population de quinze ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle en 2010 (Insee, 2012).

Nous ne présentons pas ici une synthèse mise à jour sur le sujet (voir par exemple Bel, 2009 ; European Commission, 2008 ou OECD, 2012, *op. cit.*). Nous reprenons toutefois les analyses les plus répandues sur l'entrepreneuriat féminin et nous apportons des éléments chiffrés ou références infirmant ou confirmant ces résultats, notamment dans le cas français. Nous verrons que le débat n'est pas toujours clos, y compris sur des sujets-clefs ; dans ce cas, nous apportons des compléments d'éclairage afin d'aider à se forger, si possible, une conviction. Enfin, nous proposons de classer les politiques économiques en matière d'entrepreneuriat féminin en termes de recherche d'efficacité et d'équité, de façon à mieux identifier les cibles précises que l'on souhaiterait atteindre.

Par ailleurs, chaque fois que les données disponibles le permettent nous essayons de séparer travailleurs indépendants et véritables entreprises, destinées à croître et se développer. Ce point est d'importance. Même si tous les résultats convergent pour constater la place trop faible des femmes dans l'entrepreneuriat, nombreux sont les rapports qui présentent des chiffreages issus d'univers différents, comme nous l'avons-nous même fait au début de cette introduction. L'OCDE a ainsi choisi une définition de l'entrepreneuriat qui n'est pas celle du GEM, qui ne correspond pas non plus au découpage français des indépendants, auto-entrepreneurs et sociétés. De plus, de nombreuses enquêtes choisissent leur propre cible, comme par exemple le Baromètre Caisse d'Épargne. Pour notre part, nous ne pourrions pas nous en tenir à un seul objet d'étude, les entreprises en société. Toutefois, nous essaierons de prendre la mesure des distorsions induites par le mélange des populations d'indépendants ou d'auto-entrepreneurs.

Cette partie introductive pose les questions auxquelles nous souhaitons répondre.

#### *L'entrepreneuriat est-il pensé comme une affaire d'hommes ?*

Existe-t-il un accès au financement spécifiquement difficile pour les femmes chefs d'entreprise ? Constate-t-on une différence en matière de performance entre les entreprises dirigées par des femmes et celles dirigées par des hommes ? Dès lors, le document de travail s'articule autour des trois phases de l'entrepreneuriat : la phase amont où l'on peut s'interroger sur le désir différencié des hommes et des femmes de créer une entreprise ; la phase de passage à l'acte où les femmes seraient susceptibles de rencontrer des difficultés plus grandes que les hommes en matière de financement ; et la phase de croissance des entreprises existantes où les performances seraient également différentes en fonction du genre. La conclusion présente des recommandations de politique publique.

L'entrepreneuriat est-il pensé comme une affaire d'hommes ? Le *GEM Women's report 2010* fait apparaître les résultats suivants pour les économies tirées par l'innovation, c'est-à-dire les économies développées pour l'essentiel (tableau 2).

**Tableau 2**  
**Perception de l'activité entrepreneuriale**

	% de réponses positives, par genre					
	Les entrepreneurs ont un statut élevé	L'entrepreneuriat est un bon choix de carrière	Opportunités perçues pour se lancer	Se sent capable	A peur d'échouer*	A l'intention de se lancer**
Hommes	60,1	70,1	37,1	53,2	29,9	10,5
Femmes	58,1	70,5	29,5	35,2	37,9	6,0

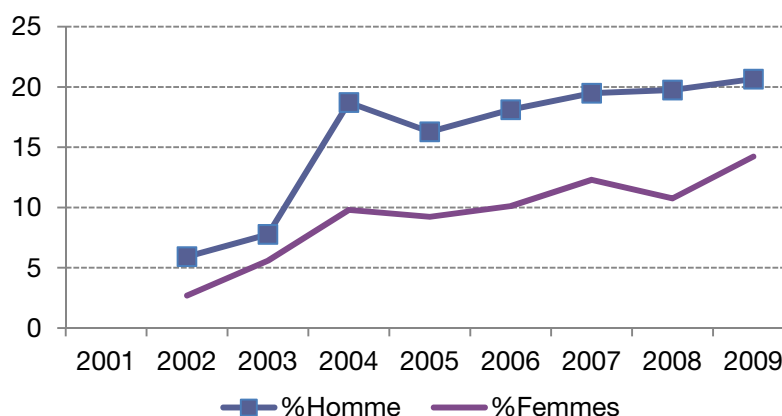
\* en proportion de ceux qui voient des opportunités.

\*\* en proportion de ceux qui ne sont pas déjà impliqués dans une activité entrepreneuriale.

Source : GEM Women's report 2010.

À noter que la France présente parmi les pays développés un des pourcentages les plus élevés de femmes ne se sentant pas capables de créer une entreprise, mais un taux correct d'opportunités perçues par elles, avec finalement un des plus faible taux d'intention de se lancer (graphique 1). Elles ont également moins l'intention de créer des entreprises que les hommes. Dans l'enquête GEM, par exemple, l'écart homme-femme est présent dès ce stade, même s'il est moindre proportionnellement que celui entre créateurs et créatrices. L'écart sur la décennie (2001-2009) est très significatif, avec 15,9 % des hommes interrogés contre 9,3 % des femmes déclarant une intention de se lancer dans l'entrepreneuriat à court terme. Les taux de créations, toujours mesurés à partir de l'enquête GEM, en excluant les *spin-off*, sont de 3,7 % pour les femmes contre 7,4 % pour les hommes (moyenne 2001-2009).<sup>11</sup>

**Graphique 1**  
**France : intentions de créer une entreprise**



Source : GEM, données individuelles 2001-2009, 18-65 ans.

Il est frappant de constater qu'hommes et femmes jugent de la même façon l'entrepreneuriat – et le valorisent – mais que les femmes sont finalement moins nombreuses à avoir l'intention de se lancer.

<sup>11</sup> Rappelons que l'enquête GEM ne différencie pas les travailleurs indépendants des sociétés mais qu'elle offre, en matière de créations d'entreprises, une base de données vaste et internationale, avec quelques variables particulièrement intéressantes pour notre étude.

Ce constat — les femmes valorisent la création d'entreprise autant que les hommes mais l'envisagent moins —, constitue un véritable puzzle et fait l'objet d'une importante littérature (voir par exemple Diàz-García et Jiménez-Moreno, 2010). Il reposerait notamment sur des représentations où les qualités requises pour entreprendre seraient masculines. On retrouverait alors de manière cohérente les écarts entre hommes et femmes dans les réponses aux questions sur les capacités à créer ou conduire une entreprise et sur le taux d'intentions. En effet, les femmes croient moins que les hommes en l'existence d'opportunités et en leurs capacités à conduire un projet d'entreprise. Elles ont plus fréquemment peur d'échouer. C'est particulièrement vrai dans les économies les plus développées (*GEM Women's Report*, 2010). Ce décalage véritable entre hommes et femmes concernant la peur de se lancer est observé sur les données GEM pour la France entre 2001 et 2009 : 48 % des femmes, contre 40 % des hommes, déclarent avoir peur d'échouer et 24 % des femmes, contre 40 % des hommes, déclarent se sentir les capacités à entreprendre. De plus, les femmes croient moins en l'existence d'opportunités de créer une entreprise que les hommes (respectivement 15 % et 22 %).

Si de tels stéréotypes freinent la création par les femmes, se cristallise alors la domination des traits masculins associés à l'entrepreneuriat. Pire, ces stéréotypes peuvent modifier directement les déterminants eux-mêmes de l'envie d'entreprendre et donc accentuer les écarts.

Certes, les travaux récents des auteurs cités précédemment mettent en évidence que certains traits affectés au genre féminin seraient dorénavant identifiés tant par les hommes que par les femmes comme essentiels à la création d'entreprise. Le cercle de cristallisation des représentations pourrait donc évoluer favorablement. Les études montrent toutefois qu'aujourd'hui de telles représentations stéréotypées persistent dans les environnements étudiants et professionnels d'entrepreneurs.

Bien entendu, d'autres obstacles peuvent expliquer ce décalage entre envie d'entreprendre et réalisation, comme les contraintes matérielles. Il est en effet une chose que de dire qu'il faut mieux répartir le sentiment de responsabilité vis-à-vis des enfants entre les deux parents, et une autre que de constater que ce n'est pas le cas aujourd'hui et qu'il convient de faciliter la vie des femmes chefs d'entreprise.

Il convient donc d'identifier les principaux déterminants de l'entrepreneuriat tels qu'ils apparaissent statistiquement. Nous verrons qu'être femme réduit alors, « toutes choses égales par ailleurs », la probabilité de créer une entreprise. Nous chercherons ensuite à mesurer l'écart entre hommes et femmes dans l'intention de créer une entreprise, une fois prises en considération les variables susceptibles d'intérioriser ces représentations (comme le fait de se sentir capable ou non de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale). Nous approfondirons certains des déterminants complémentaires à cette première analyse. Nous illustrerons cette approche par une étude des différences hommes femmes en termes d'aversion au risque et de motivations à devenir entrepreneur.

#### *La question de l'accès au financement est-elle réellement une clef ?*

Il convient de clarifier ce point, en particulier lors du passage à l'acte lui-même de la création. Les femmes auraient en effet plus de difficultés que les hommes à trouver un financement. C'est du moins un des freins évoqués par les acteurs de terrain et ce qu'avancent différents rapports. Le gouvernement a d'ailleurs décidé de travailler à une charte que pourraient signer les banques en la matière. L'OCDE a aussi mis en garde contre cette difficulté rencontrée pour le financement des entreprises détenues par les femmes depuis la crise financière (OECD, 2012, *op. cit.*) : le taux de rejet de crédit bancaire serait de

4,3 %, contre 2,3 % pour les hommes. Pour être pertinents toutefois, ces chiffres devraient être corrigés par la taille et le secteur de l'entreprise : les entreprises créées par les femmes présentent peut-être des spécificités justifiant de tels écarts.

Nous faisons face ici à un second « puzzle ». Différents indices concordants (et la simple intuition) laissent certes penser que la banque et la finance étant un « monde d'hommes », il est plus difficile pour une femme entrepreneur d'y accéder. Toutefois, les enquêtes ne font pas apparaître de différences statistiques marquées entre les hommes et les femmes en la matière. D'une manière générale, les difficultés rencontrées entre hommes et femmes dans la gestion de leur entreprise ne semblent pas discordantes. Par exemple, dans l'enquête *Factors of Business Success* conduite au niveau européen<sup>12</sup>, les deux principales difficultés relevées par les hommes comme par les femmes sont les mêmes, avec une hiérarchie différente : contact avec les clients (femmes : 60,5 %, hommes 61,5 %) et problèmes administratifs (femmes : 60,2 %, hommes : 64,4 %). L'auteur de l'étude souligne lui-même la faiblesse des écarts sur les autres items. Les difficultés liées au financement n'apparaissent qu'en troisième position et les hommes déclarent (très légèrement) plus souvent cette difficulté que les femmes (56 % vs 54 % environ).

Des études réalisées auprès des agences bancaires mettent en évidence une certaine discrimination des banques vis-à-vis des femmes (pour le Canada voir Jung, 2010 ; pour l'Italie, voir Alesina *et al.* 2008). Si dans les enquêtes, les femmes ne relèvent pas plus significativement cette difficulté d'accès au crédit, ce résultat s'expliquerait par une moindre demande de la part des femmes (des entreprises dirigées par des femmes), ce qui rendrait la contrainte moins opérante. D'autres études, pourtant déjà anciennes, concluent en revanche à l'absence de discrimination (Buttner et Rosen, 1989).

Une façon de résoudre ce puzzle est de supposer qu'effectivement la demande ou l'offre de financement est différente parce que les entreprises et les projets devant être financés ne sont pas de même nature. Certains auteurs se sont donc tournés vers les spécificités des entreprises créées par des femmes (Nedelcheva, 2012). Pour le Canada par exemple, Riding et Swift (1990) montrent que l'essentiel des différences (taux, covenants, etc.) s'explique par celles entre les entreprises selon le genre du dirigeant.

Cette question se pose d'ailleurs à tous les stades du financement de l'entreprise. Qu'il s'agisse de l'amorçage, du développement ou du besoin en fonds de roulement. Pour l'amorçage et le développement, la question des fonds propres domine celle du financement bancaire. Il est clair que le monde du capital investissement, comme celui des banques, est un monde très masculin, faisant dès lors intervenir les éléments de stéréotypes cités précédemment mais le financement de l'amorçage dépend très fortement du type de création. Lorsque le capital initial requis est faible, les dispositifs d'aides publiques existants, la *love money*, ou les fonds du créateur lui-même peuvent suffire. Ce n'est évidemment plus le cas pour des entreprises innovantes réclamant parfois un investissement initial élevé.

De même, passé un certain nombre d'années, le mode de gestion de l'entreprise va différencier le niveau de fonds propres accumulé d'une part, le recours à un effet de levier plus ou moins grand d'autre part (l'effet de levier se trouve dans un endettement permettant, à fonds propres donné, d'investir plus et donc d'espérer plus de retour sur fonds propres – au prix d'un risque accru, bien sûr).

---

<sup>12</sup> Ici encore, les données agrègent travailleurs indépendants et sociétés.

La gestion du fonds de roulement peut s'interpréter de la même façon. Une entreprise en forte croissance recherchant le levier maximal s'endettera alors qu'une entreprise en croissance modérée le financera sans endettement accru.

Les trois phases (amorçage, développement, gestion courante) renverront à la question d'une différence de nature des entreprises dirigées par les femmes ou dans le mode de gestion adopté par ces dernières.

*Quelles performances pour ces entreprises dirigées par des femmes ?*

Autre question à laquelle nous cherchons à répondre ici, qui vise les enjeux économiques et s'inscrit dans la suite logique de la précédente. L'entreprise dirigée et/ou créée par une/des femmes est-elle différente des entreprises « masculines » en termes de performances ? Et quel critère de performance faut-il considérer ?

Les entreprises détenues par les femmes sont plus petites que celles détenues par des hommes (en termes de chiffre d'affaires et de valeur ajoutée). Ce résultat est observé pour les entreprises indépendantes comme pour les entreprises en société où l'on mesure les parts détenues par chaque genre (OECD, 2012, *op. cit.*). Est-ce contraint ou souhaité ? Il n'y a pas de réponse évidente. Il existe un biais sectoriel important, mais nombreux sont ceux qui pensent que les firmes détenues par les femmes sous-performent malgré ce biais.

L'analyse des taux de survie plaiderait d'ailleurs en ce sens. Une étude de l'Insee met ainsi en évidence, économétriquement, une sous-performance des entreprises créées par des femmes, même conditionnellement au secteur et à d'autres facteurs susceptibles d'influencer la mesure. Les travaux d'OSÉO tendent à conforter ce résultat.

En revanche, il est de plus en plus avéré que les entreprises dirigées par des femmes, dès lors qu'elles dépassent une certaine taille, sont plus productives et plus performantes. C'étaient les conclusions d'une étude du *Center for Women's Leadership*, c'est le credo de *Women Equity Partners* qui se positionne dans le capital développement.

Nouveau puzzle donc. Il nous faut réconcilier ces deux tendances ou au moins clarifier le débat en matière de performance. L'enjeu est d'autant plus grand que plusieurs études plaident en faveur d'un management féminin présentant, au-delà des performances financières, d'autres atouts :

- une résilience plus grande qui présenterait une valeur indéniable dans nos économies de plus en plus sujettes à de fortes perturbations ;
- des valeurs de transparence et d'équité plus fortes, tant vis-à-vis des collaborateurs que vis-à-vis des tiers fournisseurs ou clients notamment<sup>13</sup>.

Essayer de clarifier ce thème de la performance est essentiel pour guider certaines des actions envisageables par les pouvoirs publics, notamment sur la cible à retenir en termes de stade de développement des entreprises.

---

<sup>13</sup> Afin de ne pas alourdir le texte, les éléments d'analyse sur ce thème sont renvoyés en ANNEXE 4.



## I - Du désir d'entreprendre à la réalisation, freins et motivations à l'entrepreneuriat

Il est possible d'identifier les déterminants empiriques de l'entrepreneuriat. Il y aurait par exemple un âge plus favorable pour se lancer, une situation financière plus opportune, une configuration familiale plus propice, etc. Il y aurait également des contextes réglementaires ou conjoncturels plus incitatifs. Différents facteurs d'ordre social ou économique sont effectivement régulièrement cités dans les rapports sur l'entrepreneuriat féminin en France ou au niveau international, déterminants dans la décision d'entreprendre chez les femmes (voir par exemple OCDE ; Conseil économique, social et environnemental ; Schrör). Il s'agit de pouvoir raisonner « conditionnellement à ces déterminants » (« toutes choses égales par ailleurs » dit-on traditionnellement) lorsque l'on s'interroge sur un écart éventuel entre hommes et femmes en matière d'entrepreneuriat.

Dans un premier temps, nous faisons appel à une analyse économétrique pour identifier les « déterminants » de l'entrepreneuriat. Chacun d'entre eux mérite une analyse spécifique car il peut être source d'écart entre hommes et femmes s'il diffère en fonction du sexe, qu'il s'agisse de l'impact de la situation familiale (conciliation vie privée-vie professionnelle), le revenu, le diplôme et le statut en emploi, l'âge, ou le réseau.

Cette partie examine dans quelle mesure des freins de nature psychologique, intériorisant des différences hommes femmes présumées, expliquent l'écart hommes femmes, effectif en matière de création d'entreprise.

Comme nous le verrons, il subsiste un écart entre hommes et femmes à l'issue d'une telle analyse. Les données GEM ne discriminant pas travailleurs indépendants et sociétés, nous poursuivons notre analyse avec l'enquête SINE et l'enquête Patrimoine qui permettent cette distinction, afin d'approfondir trois facteurs majeurs que sont la situation familiale, l'expérience antérieure et le réseau. Ensuite, nous nous interrogeons sur les différences de motivation ou de comportements face au risque qui expliqueraient les écarts hommes femmes en matière de création d'entreprise d'une manière alternative au premier modèle. S'il n'est pas question ici de supposer des différences « essentielles » entre hommes et femmes puisque les contextes socio-culturels jouent évidemment un rôle fondamental dans ces éventuelles différences de motivations et de comportements, certaines différences méritent néanmoins d'être soulignées. Notamment l'aversion au risque est plus forte chez les femmes, alors même qu'elle est une des clefs en matière d'entrepreneuriat. De même, la recherche d'un gain financier ne serait pas un facteur aussi moteur chez les femmes que chez les hommes.

### 1.1. Quels déterminants pour l'entrepreneuriat ?

#### 1.1.1. Démarche générale

Les différents travaux empiriques font, sans surprise, apparaître comme déterminants de l'entrepreneuriat à la fois des éléments propres aux différents pays et spécifiques aux individus (Ardagna et Lusardi, 2008) : le revenu et la richesse, le genre, l'âge, le statut en emploi au moment de la création, mais aussi le réseau social, la confiance en ses capacités et l'aversion au risque.

À partir des données d'enquête GEM 2001-2009 pour huit pays (France, Allemagne, Italie, Suède, Danemark, Espagne, Royaume-Uni et États-Unis), nous avons spécifié

économétriquement la probabilité d'avoir l'intention de se lancer dans l'entrepreneuriat, celle de créer une entreprise, ainsi que celle d'être chef d'entreprise. Nous nous concentrons ici sur la probabilité de créer une entreprise, l'ANNEXE 3 détaillant l'intention de créer une entreprise et le fait d'être entrepreneur.

Les variables « explicatives » retenues sont celles dont nous disposons dans l'enquête : âge, taille du ménage, statut en emploi, niveau de revenu, niveau de diplôme et, bien sûr, le genre. Nous avons également eu recours à une variable proxy de l'existence d'un « réseau » construite à partir de la réponse « oui » à la question : « connaissez-vous quelqu'un qui ait créé une entreprise dans l'année écoulée ? »<sup>14</sup>.

Nous avons étudié chaque fois un modèle où les huit pays de l'échantillon étaient traités ensemble (mais avec des variables indicatrices pour mesurer les « effets pays ») et huit modèles pays par pays, en partant du principe que certains effets peuvent jouer très différemment selon le pays. Les différences liées à la conjoncture sont pour partie « contrôlées » par des variables indicatrices annuelles.

Nous avons également introduit des « variables croisées » comme « être femme de plus de 55 ans » ou « être femme sans emploi », etc. de façon à vérifier dans quelle mesure les déterminants de l'entrepreneuriat ont un impact différencié en fonction du genre.

Enfin, nous avons comparé chaque fois les résultats avec et sans l'introduction de trois variables « subjectives » visant à mesurer l'intériorisation des difficultés d'entreprendre : « avoir peur d'échouer », « se sentir les capacités à entreprendre », « voir des opportunités d'entreprendre ».

Attention, si l'on « explique » une probabilité, cela ne signifie pas qu'une lecture causale des résultats puisse être automatique. Ce que permettent surtout ces modèles, par rapport à de simples tableaux croisés, c'est de raisonner « toutes choses égales par ailleurs », les « toutes choses » étant les autres variables explicatives intégrées dans le modèle.

### *1.1.2. Principaux résultats*

La variable « expliquée » est la probabilité de créer une entreprise (plus précisément d'être en cours de création d'une entreprise)<sup>15</sup>. Toutes choses égales d'ailleurs, il apparaît que l'âge réduit les probabilités de créer une entreprise. Ce résultat est sans surprise. Il est renforcé par la propension encore plus faible de se lancer, passé cinquante-cinq ans.

Il est plus fréquent de créer une entreprise lorsqu'on est « en emploi » que lorsqu'on ne l'est pas (sans activité ou chômage), même si les personnes « sans emploi » présentent elles-mêmes une propension plus élevée que les retraités et les étudiants à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

On ne relève aucun effet lié aux revenus, mais plus les études sont couronnées par un diplôme élevé, plus on observe de créateurs d'entreprises. Le fait d'avoir des enfants ne

---

<sup>14</sup> La technique économétrique utilisée est la régression logistique. Elle identifie les « rapports de chances » (*odds ratios* en anglais) qui expriment les chances relatives de se trouver dans une situation plutôt qu'une autre : il y aura, par exemple, deux fois moins de chances de créer une entreprise lorsqu'on est une femme si le coefficient de la variable « femme » vaut 0,5 dans l'équation estimée (voir ANNEXE 3).

<sup>15</sup> Voir ANNEXE 3 pour les résultats détaillés, ainsi que pour les résultats lorsque la variable expliquée est la probabilité d'avoir l'intention de créer une entreprise et celle d'être chef d'entreprise.

semble pas discriminant, ce qui n'est pas un résultat conforme aux *a priori* les plus répandus ; en revanche, le fait d'être célibataire est, comme attendu, plus fréquent chez les créateurs. Enfin, la variable « impactant » le plus fortement la probabilité de créer une entreprise est la variable « réseau » que nous avons introduite (connaissance de quelqu'un qui s'est récemment lancé dans l'entrepreneuriat), même s'il s'agit d'une mesure très fruste.

Lorsque l'on compare les différents pays de notre échantillon, seuls les États-Unis et l'Allemagne – dans une moindre mesure – semblent plus propices à la création d'entreprise que la France (prise ici comme référence). À l'inverse, les Danois et plus encore les Suédois présentent, toutes choses égales par ailleurs, des probabilités bien plus faibles de se lancer que les Français.

Lorsque l'on « contrôle » par ces différentes variables, il subsiste un « facteur femme ». Celui-ci est important et, comme attendu, négatif. Le coefficient est de 0,63 dans la spécification générale multi-pays, ce qui s'interprète comme environ deux chances contre trois de créer lorsqu'on est une femme plutôt qu'un homme<sup>16</sup>. Dans l'analyse pays par pays, on observe que c'est en France que le « facteur femme », qui joue négativement dans tous les pays, a l'effet le plus marqué (avec un coefficient de 0,48, soit une chance contre deux de créer une entreprise lorsqu'on est une femme plutôt qu'un homme). On relève quelques spécificités dans certains pays. Par exemple, si se retrouve en Allemagne, en Espagne et en France le résultat général qui indique que les personnes « en emploi » sont plus fréquemment créatrices que les « sans-emploi », les retraités ou les étudiants, la situation est inversée dans d'autres pays : Danemark, Italie, Royaume-Uni et États-Unis.

Dans certains pays, il semble exister un effet revenu qui ne s'observe pas dans l'analyse multi-pays : en particulier, les plus bas revenus ont une propension plus élevée à la création (toutes choses égales par ailleurs) en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis. L'effet diplôme n'est pas observé dans tous les pays (les hauts diplômés plus enclins à la création, les faiblement diplômés moins enclins). Il est en revanche bien présent en France.

Enfin, la variable réseau reste, pays par pays, la plus déterminante. C'est en France qu'elle joue le plus faiblement.

### *1.1.3. Quelques effets spécifiques liés aux femmes*

Au niveau des huit pays considérés ensemble, la séniorité –au sens être sénior- des femmes est un frein à la création qui va au-delà de l'effet séniorité déjà enregistré. En fait, c'est essentiellement le cas au Royaume-Uni, en Allemagne, et dans une moindre mesure aux États-Unis. Ailleurs, cette spécificité n'apparaît pas. En Espagne, on observe même un effet inverse, les femmes de plus de cinquante-cinq ans présentant une propension accrue à créer une entreprise.

La variable croisée femme et réseau témoigne d'un effet de levier plus grand du réseau lorsque les femmes en bénéficient, avec un rapport supérieur à 1. Quoique très significatif, l'effet reste toutefois modéré à l'aune de l'effet réseau lui-même.

---

<sup>16</sup> Attention, les coefficients de ces équations ne se lisent pas directement comme une probabilité, mais comme un « rapport de chance » (*odds ratios*). Si  $p$  est la probabilité d'être créateur d'entreprise pour une femme et si  $q$  est celle pour un homme, alors le coefficient du « facteur femme » dans la régression logistique est égal à  $(p / (1-p)) / (q / (1-q))$ . L'absence d'écart hommes femmes correspond à un coefficient égal à 1 ; une probabilité plus faible pour les femmes que pour les hommes à un coefficient inférieur à 1 (voir ANNEXE 3).

Le fait d'être femme sans emploi est très significativement un frein supplémentaire. Toutefois, la France, contrairement à la plupart des autres pays, présente une propension plus forte que la moyenne des femmes sans emploi à créer des entreprises, laissant penser que les dispositifs existants sont opérants.

Enfin, aucun pays ne présente de spécificités significatives pour les femmes avec enfants. De nouveau, un tel résultat, aussi peu ambigu, est troublant. Il sera important d'aller au-delà de ce résultat empirique et d'explorer plus avant d'éventuelles disparités hommes femmes que l'analyse statistique masquerait.

## 1.2. L'intériorisation des freins à l'entrepreneuriat

### 1.2.1. Les trois variables subjectives « d'intériorisation »

Les réponses aux questions sur le fait de se sentir apte à être entrepreneur, sur la peur d'échouer dans une telle aventure, ou sur le fait de voir des opportunités pour se lancer peuvent être assimilées à trois variables intériorisant les freins à la création.

L'introduction de ces trois variables d'intériorisation comme variables « explicatives » de la probabilité de créer une entreprise, aux côtés des variables étudiées *infra*, améliore effectivement la qualité des estimations économétriques. Cette prise en compte a d'autres effets, comme celui de réduire nettement l'effet négatif d'être une femme sur la probabilité de créer une entreprise.

Des trois variables subjectives, la peur d'échouer n'est pas la plus importante comme l'avaient remarqué Minniti et Nardonne (2007) en ayant recours à une autre méthodologie. D'ailleurs, elle n'est significative ni aux États-Unis, ni en Italie. Le fait de se sentir les capacités ou celui de voir des opportunités sont en revanche, sans surprise, très fortement liées à la création d'entreprise.

D'autres points sont à noter. Être « en emploi » est moins décisif lorsque l'on corrige par le biais subjectif. Plus nettement encore, on observe la « disparition » de l'effet négatif d'être « peu diplômé » : les variables subjectives résumerait donc de façon plus efficace (pour ce qui est de la probabilité de se lancer dans l'entrepreneuriat) l'information apportée par le fait de n'avoir pas de diplôme du secondaire. On observe également une réduction de l'effet positif de la variable « diplômes du supérieur ». À l'inverse, les variables de revenus qui n'étaient pas discriminantes initialement, apparaissent significatives aux côtés des variables subjectives, suggérant ainsi qu'avoir une forme de confiance en soi et son effet sur la probabilité de se lancer n'interviennent pas de la même façon selon que l'on a de faibles ou de hauts revenus. Très clairement, le niveau de revenu va être une contrainte motivante pour les plus faibles revenus et à l'inverse une moindre incitation à se compliquer la vie, pour les plus hauts, une fois que l'on « contrôle » par les variables témoignant de la confiance en soi.

Enfin, en l'absence de ces trois variables, les États-Unis et l'Allemagne apparaissent comme plus propices à la création d'entreprise, toutes choses égales par ailleurs, le Danemark et la Suède comme les pays les moins propices. La prise en compte des variables d'intériorisation corrige marginalement la « hiérarchie » entre les pays en matière d'entrepreneuriat : la France devient deuxième *ex aequo* aux côtés de l'Allemagne, et si les États-Unis restent plus propices à la création, c'est dans un rapport bien moins spectaculaire. Il existerait encore en France de réelles barrières psychologiques à la création d'entreprises, plus fortes qu'en Allemagne et bien plus fortes encore qu'aux États-Unis.

Dans l'analyse pays par pays, l'introduction des variables subjectives réduit pour tous et très significativement, les impacts négatifs liés au fait d'être une femme. Au point que le « facteur femme » n'a plus d'effet statistiquement significatif ni en Allemagne ni, dans une moindre mesure, au Danemark. La réduction est très importante aux États-Unis et en Espagne également. C'est en France que « l'effet d'intériorisation » en matière de création d'entreprise semble le plus faible. On notera que la France se distingue par le rapport le plus mauvais pour ce qui est d'avoir peur d'échouer et l'effet le moins marqué de la variable témoignant du fait de se sentir les capacités à entreprendre.

L'écart hommes femmes serait le fruit d'une intériorisation des freins. Diaz-Garcia et Jiménez-Moreno (2010) le faisaient remarquer, les variables subjectives que nous utilisons intègrent les représentations associant création et masculin. Les pays où cette réduction est la plus nette seraient, d'une certaine façon, ceux pour lesquels les stéréotypes sur ce thème seraient les plus forts. Les estimations économétriques permettent de réaliser une telle mesure pour les huit pays.

Dans l'idéal, le « facteur femme » ne serait plus significatif après avoir introduit les variables susceptibles « d'expliquer » la décision de créer une entreprise ; ne resteraient que des effets soit sociodémographiques, soit psychologiques (*via* les trois variables d'intériorisation). Une politique visant à égaliser factuellement les créations d'entreprises par les hommes et par les femmes s'attacherait alors à modifier les différents facteurs sociodémographiques ou psychologiques.

Le fait qu'il subsiste un « facteur femme » indique que nous n'avons pas identifié toutes les sources d'écart. Avant d'aller plus loin, il est toutefois important de mesurer cette part « non expliquée »<sup>17</sup>. Il est également essentiel de mesurer le poids relatif entre les variables socio-démographiques et contextuelles d'une part, les variables subjectives modélisant l'intériorisation des difficultés d'autre part.

Autrement dit, le « rapport de chance » qu'estime le modèle pour le « facteur femme » est-il réduit de manière importante par l'introduction des autres variables, qu'elles soient contextuelles (pays, années...), sociodémographiques (âge, revenu, réseau...) ou subjectives ?

Si l'on définit ainsi le pouvoir explicatif du modèle en matière d'égalité hommes femmes, on conclut que le modèle explique entre « pratiquement rien » (en France) et plus de 50 % (en Espagne), lorsque l'on intègre seulement les variables contextuelles et socio-démographiques, et entre 21 % (France) et la totalité (Allemagne et Danemark) lorsqu'on intègre également les variables subjectives (tableau 3).

La part expliquée par ces variables subjectives oscille donc entre 1/5<sup>e</sup> dans le cas français et 4/5<sup>e</sup> au Danemark, et se situe après de 50 % aux États-Unis. Deux pays « intérioriseraient » aussi faiblement que la France : l'Italie (25 %) et surtout l'Espagne (16 %).

---

<sup>17</sup> À noter que les spécifications proposées expliquent une part assez importante de la variance. Dans ce type d'économétrie (modèles logistiques) la mesure se fait *via* la comptabilisation des paires appariées lorsqu'on utilise le modèle en « prévision ». Plusieurs mesures existent, nous présentons le « c » dans l'ANNEXE 3. Chaque fois, on conclut à une assez bonne explication du phénomène de création à partir du jeu limité de variables dont nous disposons.

**Tableau 3**  
**Création d'entreprise selon le genre : l'impact des différentes variables**

	Proportion de créateur chez les hommes	Proportion de créateur chez les femmes	Odds ratio* sans aucun effet correctif**	Odds ratio estimé sans variables subjectives***	Part expliquée	Odds ratio estimé avec variables subjectives****	Part expliquée	Gains dans l'explication
Allemagne	8,47%	5,19%	0,59	0,73	33%	0,95	100%	67%
Danemark	4,18%	2,30%	0,54	0,63	19%	0,88	100%	81%
Espagne	4,63%	2,77%	0,59	0,81	53%	0,88	70%	16%
France	7,35%	3,66%	0,48	0,48	1%	0,59	21%	21%
Italie	4,74%	2,74%	0,57	0,58	2%	0,69	27%	25%
Suède	3,16%	1,42%	0,44	0,48	7%	0,67	41%	34%
Royaume-Uni	5,14%	2,40%	0,45	0,53	14%	0,72	48%	34%
Etats-Unis	14,69%	9,30%	0,60	0,66	17%	0,86	65%	48%

\* soit p la proportion interprète comme une proportion d'être créateur chez les hommes, p/(1-p) est la "chance" ou "odds" en anglais si q est la même proportion chez les femmes, [q/(1-q)] / [p/(1-p)] est le "rapport des chances" ou "odds ratio"

\*\* les odds ratios sont ceux calculés directement sur les proportions en échantillon et non estimés via les régressions logistiques

\*\*\* les odds ratios sont ceux qui sont estimés pour le "facteur femme" conditionnellement aux variables sociodémographiques, aux effets annuels, pays...

\*\*\*\* les odds ratios sont ici ceux estimés pour le "facteur femme" lorsque sont ajoutées les 3 variables d'intériorisation aux variables précédentes

Lecture : en France, il y a environ 2 chances pour un homme contre une pour une femme de créer une entreprise, ou plus précisément, 0,48 chance pour une femme contre une pour un homme

L'économétrie permet de corriger ce calcul en raisonnant "conditionnellement" au fait d'être telle année dans tel pays, d'avoir tel âge, tel revenu...

En France, le rapport des chances ou "odds ratio" n'est pas modifié et reste à 0,48 environ. Le gain n'est pas nul mais presque (1%)

La prise en compte des 3 variables supplémentaires a plus d'effet et réhausse l'odds ratio en France à 0,59%, soit un gain par rapport à l'odds ratio initial de 21%

La dernière colonne donne le surcroît d'explication apporté par les 3 variables supplémentaires par rapport aux variables sociodémographiques et contextuelles

Les résultats pour la France sont clairs et importants : les variables contextuelles et sociodémographiques ont un très faible pouvoir explicatif de l'écart hommes femmes en matière de créations d'entreprise. Les variables subjectives en revanche sont une source importante de cet écart. Certes, les variables dont nous disposons et la taille de l'échantillon doivent pondérer ces résultats, en particulier sont mélangés ici travailleurs indépendants et sociétés, mais ceux-ci aident néanmoins à établir des priorités pour toute politique publique : il conviendrait d'une part de travailler à modifier ces perceptions et d'autre part, d'identifier un facteur femme qui jouerait directement sur ces variables. On trouvera une telle analyse dans l'ANNEXE 3 qui montre qu'effectivement être une femme accroît la probabilité d'avoir peur d'échouer ou de ne pas se sentir capable d'entreprendre.

En conclusion, le résultat majeur est qu'il subsiste, malgré la prise en compte des effets contextuels, perceptuels ou simplement sociodémographiques, un écart lié au genre. Le second résultat est plus subtil mais aussi important : les éléments de contextes ou sociodémographiques ne réduisent pas l'écart de propension entre hommes et femmes à créer une entreprise (et donc ne « l'expliquent » pas). Seules les variables d'intériorisation expliqueraient une partie de cet écart en France.

Ces résultats sont importants car ils orientent différemment les politiques économiques selon qu'on combat des représentations profondément ancrées ou des freins plus contextuels. Notamment, le second résultat peut s'interpréter comme le fait que les mesures relevant du socio-économique, mises en place pour corriger certaines disparités évidentes entre hommes et femmes, ont déjà eu un effet correcteur. La priorité serait dorénavant de travailler sur les représentations des femmes susceptibles d'être tentées par l'entrepreneuriat<sup>18</sup>.

S'il n'est pas aisé de modifier des représentations, trois axes d'intervention publique peuvent néanmoins favoriser un rééquilibrage hommes femmes :

- développer des « modèles » de femmes créateurs et les ancrer dans les représentations dès le plus jeune âge ;
- rassurer, par l'accompagnement, les populations les moins diplômées ;

<sup>18</sup> Rappelons que nous nous sommes limités ici à l'étude des personnes en cours de création et non des personnes ayant l'intention de se lancer. On trouve en ANNEXE 3 une telle analyse dont les résultats sont qualitativement assez voisins.

- favoriser la mixité des populations et par là le développement de réseau, au sens de la connaissance d'entrepreneurs ; ou, pour les populations adultes isolées, favoriser les pré-incubateurs.

### **1.3. Les facteurs objectifs de la création d'entreprise**

Si l'analyse précédente conclut que les déterminants « objectifs » de la création d'entreprise ne sont pas les plus essentiels en termes de genre, il faut enrichir l'approche un peu fruste que permet l'exploitation des données d'enquête de GEM par celle issue d'autres sources spécifiquement françaises et séparant travailleurs indépendants et sociétés. La situation familiale, l'expérience passée et l'existence d'un réseau sont ainsi tour à tour approfondies. Cette étude plus fine conduit à identifier d'autres leviers en faveur de l'entrepreneuriat féminin.

#### **1.3.1. Couple et enfants**

La difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale peut être vue à la fois comme un obstacle ou un facteur positif, l'entrepreneuriat offrant une plus grande liberté pour gérer ses horaires. Des acteurs de terrain tels La Fédération Paris Pionnières souligne que la conciliation vie professionnelle et familiale n'est pas une difficulté majeure pour la création et le développement de leur entreprise. Le Baromètre Caisse d'Épargne confirme ce constat puisque la peur de rompre l'équilibre familial n'est citée qu'au dixième rang des difficultés (à la création comme pour la gestion de l'entreprise une fois créée), par 17 % des femmes et par 21 % des hommes.

Il n'est pas aisé, à partir des données dont nous disposons, d'étudier l'impact de la présence d'enfants dans le ménage sur la création d'entreprise<sup>19</sup>. Nous avons testé, à partir de l'enquête patrimoine, l'impact de la présence d'enfants dans le ménage sur le fait d'être entrepreneur. On comprend bien que ce n'est qu'un aspect de la question (puisque certains entrepreneurs ont un âge où les enfants ne sont plus des charges domestiques). La réponse malgré tout est clairement négative, le fait d'avoir un enfant ne joue pas significativement sur le fait d'être entrepreneur lorsqu'on est une femme et confirme les résultats obtenus à partir des données GEM (au-delà du cas français, par ailleurs<sup>20</sup>).

Autre élément « contrintuitif » identifié : parmi les entrepreneurs de l'enquête SINE, le fait d'avoir un enfant ou plus n'est étonnamment pas significatif dans le taux de survie des entreprises créées ou reprises par des femmes, contrairement aux hommes, pour lesquels le fait d'avoir un enfant semble jouer positivement sur le taux de survie. Ce résultat ne peut cependant être interprété comme un frein ou une incitation à l'entrepreneuriat, puisque l'on ne capte pas, par exemple, les femmes qui souhaiteraient créer une entreprise mais en sont empêchées, notamment par leur situation familiale, ou qui ne se lancent pas car elles sont persuadées que les deux projets de vie sont incompatibles.

Parmi les repreneuses et les créatrices, le fait d'être en couple joue positivement sur leur taux de survie, de façon moins marquée que chez les hommes. Les femmes en couple ont un taux de pérennité supérieur de leur entreprise par rapport aux femmes seules (71,2 % contre 68,7 %), notamment celles qui se font aider par un organisme de soutien (77 %) ou quelqu'un de l'entourage proche (79,5 %). On peut interpréter cela comme une forme

---

<sup>19</sup> Mais il serait possible de le faire à partir de données de panel de l'Enquête emploi, par exemple.

<sup>20</sup> On montre dans certains cas une corrélation positive entre le fait d'être chef d'entreprise et le fait d'avoir des enfants, mais il nous semble qu'aucune interprétation causale ne puisse en être tirée (voir ANNEXE 3).

d'assurance, en effet le fait d'être en couple et donc la plupart du temps d'avoir au moins deux sources de revenu au sein du ménage peut sécuriser la situation économique du ménage face au risque.

Une analyse plus fine sur la conciliation vie familiale–vie professionnelle mérite d'être menée, par exemple à travers des entretiens approfondis avec des femmes créatrices d'entreprises ou par l'exploitation de l'enquête Emploi du temps de l'Insee, mais les résultats d'enquête disponibles ou les analyses statistiques montrent que s'il existe des difficultés spécifiques aux femmes chefs d'entreprises pour concilier vie professionnelle–vie familiale, celles-ci n'ont pas été un frein lors de la création d'entreprise. Bien sûr, un des biais à cette analyse est que, d'une certaine manière, les femmes créatrices répondant à ces enquêtes ont éventuellement déjà « arbitré » certains choix personnels.

Le Baromètre Caisse d'Épargne propose quelques précisions sur ces sujets pour les entreprises de moins de dix salariés<sup>21</sup>. On constate le biais indiqué précédemment : en cas d'arbitrage, les femmes entrepreneurs assument à 55 % le fait de privilégier leur vie professionnelle au détriment de leur vie personnelle ou familiale, lorsque 48 % seulement des hommes le font ; elles sont 30 % à assumer l'inverse, contre 39 % pour les hommes. Pourtant, elles sont 63 % à déclarer qu'il est plus difficile, selon elles, de concilier vie professionnelle-vie personnelle lorsqu'on est une femme, notamment chez les femmes ayant des enfants. Les représentations sont donc très fortes en la matière. Elles sont d'ailleurs également 63 % à déclarer se sentir dépassées par tout ce qu'elles ont à faire contre 56 % pour les hommes.

Dans les faits, toujours d'après l'échantillon du Baromètre Caisse d'Épargne, les femmes entrepreneurs déclarent travailler en moyenne 50 heures par semaine (55 heures pour les hommes, mais 37 heures pour les femmes cadres en moyenne) et elles vivent plus souvent seules (27 %, contre 13 % chez les hommes) et sans enfants à charge que les hommes (52 %, contre 62 % chez les hommes). C'est d'ailleurs une réalité qui concerne les femmes cadres en général. Surtout, le baromètre indique que, lorsqu'elles sont mères, plus d'un tiers d'entre elles ont attendu d'avoir eu ou élevé leurs enfants avant de se mettre à leur compte.

Enfin, le baromètre souligne que les entrepreneuses ayant un conjoint se sont faites beaucoup aidées au démarrage par ce dernier mais qu'elles sont plus rares à bénéficier d'une aide importante de sa part dans les tâches familiales, contrairement à ce que vivent les hommes entrepreneurs.

En termes de politique publique, l'exonération de charges sur les gardes d'enfants des créatrices d'entreprises ne semble pas la mesure la plus utile. Des mesures permettant le remplacement lors des congés de maternité ou pour enfants malades le seraient sans doute plus, car elles modifieraient en amont les termes d'un arbitrage existant sans doute fréquemment entre projet familial et projet entrepreneurial. En Autriche, une association propose des remplacements pour la direction de l'entreprise. La mise à disposition d'un réseau de managers de transition avec une facilité fiscale aurait sans aucun doute un impact positif. À noter que les congés paternité ou maternité seraient l'un et l'autre concernés mais la mesure toucherait en priorité les femmes.

---

<sup>21</sup> Hors auto-entrepreneurs mais y compris indépendants.



### 1.3.2. L'importance de l'expérience

L'expérience précédant la création est un facteur important (voir Insee, 2011 ; Bel, 2009) pour la décision de création d'une entreprise d'une part, et pour sa survie et son développement d'autre part. Les femmes, plus souvent « primo-entrepreneurs », seraient moins préparées. De plus, l'existence d'un « plafond de verre » les auraient privé d'expérience de direction. De façon assez structurelle, les femmes bénéficieraient par ailleurs moins de la formation professionnelle au niveau cadre (Bel, *op. cit.*). L'expérience du créateur d'entreprise peut se mesurer par le type d'emploi exercé avant la création de l'entreprise, la formation précédant la création ou le fait d'avoir déjà créé une entreprise auparavant.

L'enquête SINE permet de qualifier le statut des entrepreneurs avant la création, et des différences notables apparaissent entre la population des repreneurs et celle des créateurs d'entreprise, notamment chez les femmes. 56 % des femmes créatrices d'entreprises sont précédemment au chômage ou sans activité, contre 39 % des femmes repreneurs, qui étaient davantage salariées. Le tableau 4 récapitule leur statut.

**Tableau 4**  
**Statut en emploi avant la création/reprise en 2006**

	Reprise		Création	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Indépendant/CE	16,5	28,6	13,4	23,7
Salarié	42,7	44,0	27,5	31,7
Au chômage	29,5	23,7	43,4	38,4
Sans activité	9,4	2,9	12,6	4,6
Étudiant	1,9	0,8	3,0	1,6

Source : Enquête SINE 2006.

Ces chiffres concernant seulement les créateurs ou repreneurs d'entreprise doivent être mis en perspective avec ceux de la population active totale en 2006, où 9,7 % des femmes et 8,1 % des hommes étaient au chômage<sup>22</sup>, ce qui marque un fort attrait ou besoin pour le lancement d'un projet entrepreneurial lors d'une période sans emploi ou sans activité. Le fait d'être au chômage avant de créer ou de reprendre une entreprise peut correspondre à une période de transition et de maturation du projet.

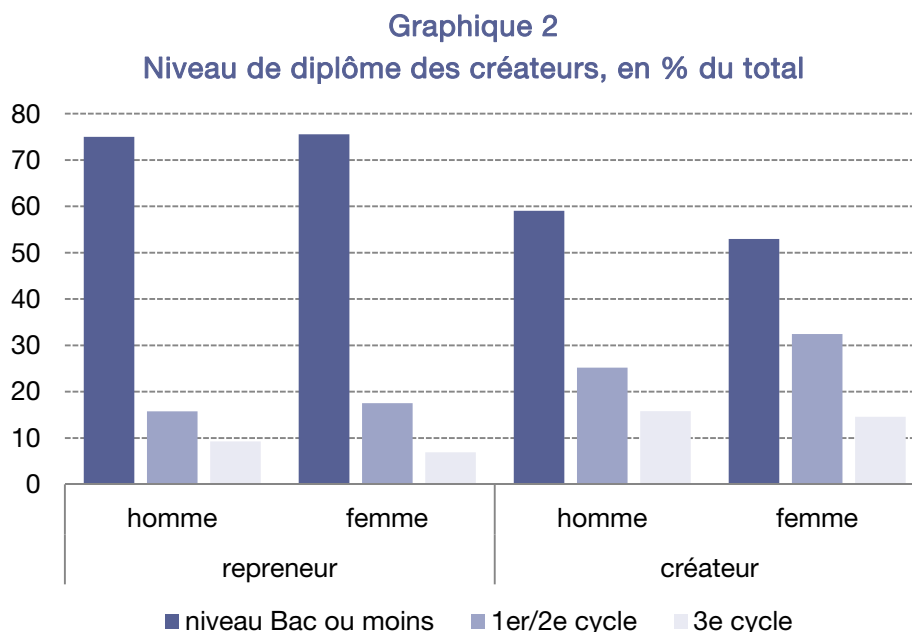
La part de la population étudiante en 2006 s'élevait à 9,6 % (femmes ou hommes), ce qui souligne le peu d'aventures entrepreneuriales à la sortie des études.

Enfin, la population de personnes sans activité de plus de 15 ans et de moins de 60 ans<sup>23</sup> s'élevait à 34 % pour les femmes et 26 % pour les hommes. La forte proportion de femmes créant ou reprenant une entreprise à la suite d'une période sans activité au regard de celle des hommes peut s'expliquer en partie par une plus forte proportion de femmes sans activité ou au foyer, mais l'écart va au-delà de ce simple effet de proportionnalité.

<sup>22</sup> Insee, chômeurs et taux de chômage selon le sexe et la catégorie socioprofessionnelle.

<sup>23</sup> Cette catégorie regroupe les inactifs ayant déjà travaillé (hors anciens exploitants agricoles) ainsi que les personnes diverses sans activité professionnelle de moins de 60 ans, où le nombre de femmes est trois fois supérieur à celui des hommes. Voir Insee (2012).

La formation initiale est également un facteur important pour la qualification de l'entrepreneur (graphique 2). La forte prévalence de créateurs ou repreneurs d'entreprise ayant un niveau équivalent ou inférieur au bac mérite d'être notée.



Source : Enquête SINE 2006.

L'expérience peut également provenir de l'âge des entrepreneurs (tableau 5) ; à cet égard, on observe qu'avant trente ans, la part des femmes créatrices est supérieure à celle des hommes.

**Tableau 5**  
**Âge des créateurs (en %)**

	Repreneur		Créateur	
	Homme	Femme	Homme	Femme
[0 – 30 ans]	20	22	19	21
[30 – 50 ans]	66	56	64	66
[+ de 50 ans]	14	22	17	13

Source : Enquête SINE 2006.

Dans l'enquête SINE, le fait d'être un « serial entrepreneur », c'est-à-dire d'avoir précédemment créé une ou plusieurs entreprises, marque une différence importante du taux de survie de l'entreprise selon le genre (voir troisième partie). Le taux de pérennité chez les femmes créatrices d'entreprises « serial entrepreneur » est supérieur à celles qui ne le sont pas (75 % contre 69 %), alors que chez les hommes, la différence est de seulement un point de pourcentage. En d'autres termes, pour les femmes l'expérience joue plus fortement sur le taux de pérennité que pour les hommes.

S'il n'est pas simple de dégager de ces analyses détaillées des conclusions en matière de politiques publiques, néanmoins ce qui peut susciter les expériences de création est un facteur favorable à l'entrepreneuriat, qu'il soit féminin ou non. De même, toute mesure

favorisant la création à partir d'équipes mixtes, avec une mixité du genre mais également du type de formation, apparaît bienvenue.

Dans le cadre de la scolarité, certaines écoles mettent des groupes d'élèves en situation de créer une entreprise et les accompagnent pour la réalisation du business plan ou de la première ébauche de prototype. Les maisons de l'entrepreneuriat qui se sont implantées sur des campus et qui recouvrent parfois plusieurs établissements sont des lieux bien adaptés pour favoriser également ce type de « première expérience ». Il est plus difficile d'imaginer les entreprises mettre leurs salariés en situation de réfléchir à la création de *spin-off*, même si ce cadre plus protégé pourrait favoriser l'entrepreneuriat des femmes plus averses au risque, comme il le sera montré plus loin.

Une autre perspective est celle de l'ouverture réciproque du monde des PME à celui de l'université et des grandes écoles, et plus généralement à l'ensemble de la force de travail. La création d'une plate-forme identifiant les PME et leurs besoins en ressources humaines (du stagiaire au cadre financier spécialisé), tout en classant les entreprises en fonction du type « d'aventure » qu'elles proposent, permettrait peut-être un appariement efficace et offrirait plus de premières expériences en PME susceptibles ensuite de favoriser la création d'entreprises.

### 3.3 L'importance d'avoir un réseau

L'environnement social et professionnel – qualifié plus largement de réseau – est considéré comme un facteur important dans la décision d'entreprendre et dans les performances de l'entreprise. Les anciens salariés ou spécialistes d'un domaine semblent faire appel à leur entourage professionnel lors de la mise en place de leur projet. Par la suite, l'accès au financement ou l'ouverture de nouveaux marchés pour le développement de l'entreprise implique d'être introduit dans divers réseaux professionnels. Plusieurs travaux sur l'entrepreneuriat féminin (voir ORSE, 2004 ; Bel, *op. cit.* et ANNEXE 4) indiquent que les femmes bénéficieraient d'un réseau peu étendu<sup>24</sup> qu'elles utiliseraient moins d'une façon tournée vers une stratégie professionnelle. Les données de l'enquête SINE permettent de caractériser quel était en 2006 le réseau dont ont bénéficié les entrepreneurs au démarrage de l'activité, en fonction du genre.

Trois variables mesurent l'accès au réseau dans l'enquête SINE :

- . les aides dont bénéficient les créateurs ou repreneurs d'entreprises de la part de l'entourage ou d'organismes professionnels lors de la création ;
- . les relations professionnelles avec les fournisseurs, clients, etc. ayant facilité le démarrage ;
- . le fait d'avoir un entrepreneur dans son entourage.

Les femmes sont moins nombreuses à déclarer n'avoir reçu l'aide de personne au moment du démarrage (tableau 6) et les repreneurs d'entreprises sont relativement plus accompagnés au moment du lancement du projet (78 % des hommes, 86 % des femmes) que les créateurs (71 % des hommes, 82 % des femmes). Les femmes sont davantage accompagnées que les hommes par un organisme de soutien.

---

<sup>24</sup> À noter toutefois que selon le Baromètre Caisse d'Épargne, les femmes seraient plus nombreuses à être actives sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter) pour communiquer sur leur entreprise (20 %, contre 12 % pour les hommes) et qu'elles sont presque aussi nombreuses à disposer d'un site Internet (40 % vs 45 % pour les hommes).

**Tableau 6**  
**Aides perçues lors de la création (en %)**

	Hommes		Femmes	
	Reprise	Création	Reprise	Création
Aucune aide	22	29	14	18
Conjoint	5	4	16	10
Proche	11	11	13	13
Professionnel	6	5	5	6
Organisme de soutien	11	20	14	24
Spécialiste	44	29	41	32

Source : Enquête SINE 2006.

La deuxième variable offre un autre éclairage sur le réseau (tableau 7). Alors que la première évoque plutôt le soutien et l'accompagnement à la création, celle-ci constitue un *proxy* du réseau professionnel dont bénéficie le créateur en amont (contacts clients ou fournisseurs) grâce notamment à ses expériences professionnelles antérieures. De ce point de vue-là, les femmes semblent plus isolées que les hommes. Parmi les repreneuses d'entreprises, 65 % déclarent n'avoir bénéficié d'aucune aide de l'entourage à la création, dont 58 % parmi les créatrices d'entreprise<sup>25</sup>.

**Tableau 7**  
**Type de relations ayant facilité la création ou le démarrage (en %)**

	Hommes		Femmes	
	Reprise	Création	Reprise	Création
Aucune	53	48	65	58
Relation fournisseurs	15	10	14	13
Relation client	12	29	11	25
Entreprise qui vous employait avant	18	12	13	7

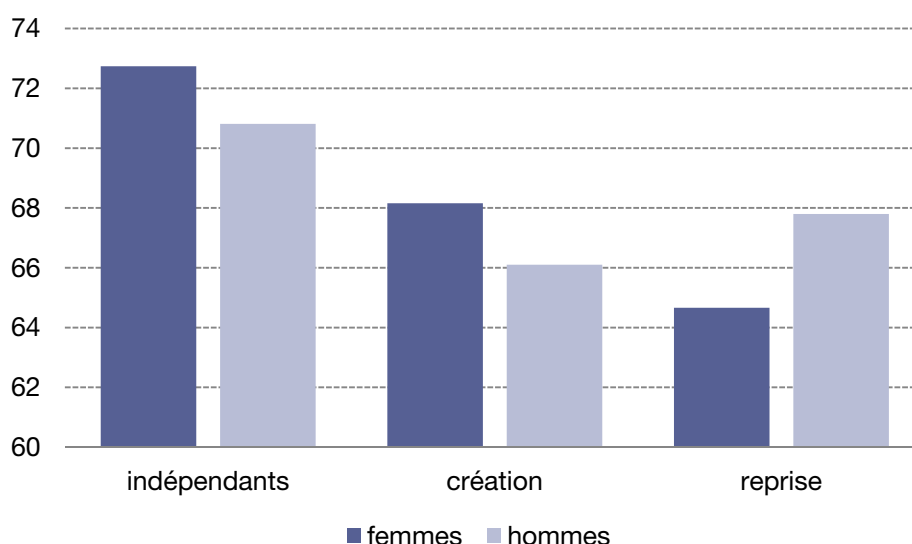
Source : Enquête SINE 2006.

À ces deux variables qui identifient les individus relativement isolés lors de la création, s'ajoute un troisième indicateur du réseau social souvent utilisé dans les études sur les déterminants de l'entrepreneuriat : l'existence d'un entourage entrepreneurial (graphique 3). En effet, si le réseau peut jouer grâce à une aide directe à la concrétisation du projet, il peut aussi avoir un impact indirect *via* des rôles modèles. Avoir dans son entourage un proche

<sup>25</sup> Le Baromètre Caisse d'Épargne confirme ces chiffres pour les entreprises de moins de dix salariés (hors auto-entrepreneurs mais y compris travailleurs indépendants) : dans les aides apportées au démarrage de l'entreprise, les femmes citent leur conjoint à 66 % contre 49 % pour les hommes, leurs proches à 63 % contre 58 %, les experts privés à 60 % contre 56 %, les organisations professionnelles à 46 % vs 47 %, d'anciens collègues, confrères, fournisseurs à 40 % contre 47 %, les structures administratives à 34 % vs 31 %, les réseaux d'accompagnement à 15 % soit autant que les hommes, enfin, les associations d'aide aux femmes à 6 %. Enfin, 27 % des créatrices auraient été accompagnées par des réseaux d'accompagnement, avances remboursables, prêts à taux zéro ou prêts d'honneur, contre 9 % des hommes, soit un écart bien plus élevé que celui constaté dans l'enquête SINE de 2006.

ayant déjà créé sa propre activité peut favoriser le passage à l'acte comme on l'a vu *supra*. D'après l'enquête SINE, les femmes qui se lancent dans la création ont, davantage que les hommes, un proche entrepreneur. En revanche, celles qui reprennent une entreprise sont proportionnellement moins nombreuses que les hommes à déclarer avoir un entourage entrepreneurial.

**Graphique 3**  
**Part des entrepreneurs ou travailleurs indépendants**  
**ayant un entourage entrepreneurial (en %)**



Source : Enquête SINE 2006.

Les données SINE donnent des indications sur le type de réseau dont bénéficient les femmes créatrices ou repreneuses d'entreprises au moment du démarrage : plus de soutiens ou d'aide de la part de proches ou d'organismes spécialisés que les hommes et moins de la part des relations professionnelles. Ce deuxième point peut être interprété, mais avec prudence, comme un moindre accès aux réseaux professionnels pour les femmes créatrices ou repreneuses d'entreprises en phase de démarrage de l'activité.

Néanmoins ce constat est partiel. En effet, nous mesurons ici uniquement l'accès au réseau des individus déjà entrepreneurs et seulement durant la phase de démarrage. Nous ne pouvons identifier ni un déficit de réseau en amont de la création, ni un éventuel déficit d'accès au réseau durant les phases de développement, notamment « la moindre insertion des dirigeantes dans les réseaux d'affaires » que *Women Equity Partner* évoque de façon assez crédible à propos de la recherche de capital risque.

Par ailleurs, avant de tirer des conclusions et d'orienter l'action publique sur l'accès des femmes aux réseaux professionnels, une autre question subsiste: est-il plus efficace de privilégier l'accès aux réseaux mixtes ou de développer des réseaux strictement féminins ? En France comme à l'étranger, des initiatives existent pour permettre aux femmes entrepreneurs ou souhaitant lancer une activité de se mettre en réseau. Ces réseaux réservés aux femmes se justifient dans la mesure où, comme indiqué dans cette étude, les femmes rencontrent des difficultés particulières et ont une appréhension du risque, une peur d'échouer, etc. différentes de celles des hommes. On peut donc supposer qu'elles ont besoin de conseils ou d'aides particulières. Cependant, favoriser des réseaux strictement

féminins peut renforcer les différences notamment en termes de biais sectoriel ou de sous-dimensionnement des projets (voir *infra*)<sup>26</sup>

Une action ciblée sur les femmes pour développer leur accès à un réseau mixte serait de faire écho au travail de Barthélemy Chollet (2002) qui met en avant le réseau-outil *Balise* comme accompagnement par le développement du réseau social. Une manière d'aider les femmes à construire et développer un réseau professionnel se ferait *via* un usage systématique de *Balise*, développé par le CIME (Comité d'Information et de Mobilisation pour l'Emploi), base de données qui rassemble des initiatives prises en France. Tout créateur peut y accéder et, en fonction de ses critères (secteur d'activité, lieu, types de motivations de la personne à l'origine de l'initiative, etc.), repérer un porteur de projet et entrer en contact. Cette plate-forme est de même nature que celle que nous préconisons précédemment à propos des PME ; les principes de *Balise* seraient élargis aux PME auxquels s'ajouterait une typologie tenue à jour par une expertise indépendante. Par ailleurs, une mesure ciblée sur les femmes consisterait à inciter le FGIF ou les associations telles que les fédérations *Pionnières* à conditionner leur action à l'inscription des créatrices dans *Balise* ou dans une base équivalente.

#### 1.4. Les femmes et le goût pour la prise de risque

##### *L'aversion au risque comme déterminant comportemental*

Si l'on se tourne à présent vers des modèles alternatifs à celui utilisé *supra*, afin d'expliquer cet écart résiduel entre hommes et femmes, on est conduit à étudier l'aversion au risque. Il ne s'agit plus ici de variables subjectives liées à la confiance en soi et susceptibles de mesurer l'intériorisation des freins à l'entrepreneuriat, mais de modes de comportements. Il est possible d'avoir peur d'échouer mais de prendre un risque ou, à l'inverse, d'avoir confiance en soi mais de préférer la prudence.

L'aversion au risque, qui serait plus grande chez les femmes, est souvent mise en avant pour expliquer les différences de genre en matière d'entrepreneuriat car cette décision dépend des préférences face au risque. Il s'agit toutefois d'une « qualité » à manier avec délicatesse. Par exemple, l'aversion au risque observée chez les femmes pourrait être un pur effet « social ». Certains travaux ont montré que, dans les écoles de filles ou de garçons non mixtes, les niveaux d'aversion au risque sont voisins alors qu'un écart existe dans les écoles mixtes (Booth et Nolen, 2009 ; Thinus-Blanc, 2013)<sup>27</sup>. On peut également souligner que l'entrepreneuriat rime parfois plus avec prudence qu'avec risque<sup>28</sup>. Enfin, les travaux en

---

<sup>26</sup> En particulier, les femmes n'ont pas besoin de concours d'entrepreneurs qui leur soient « réservés » pour gagner des prix ; il y a de nombreux exemples de lauréates de concours mixtes, y compris à l'échelle internationale, comme Laetitia Gazel Antoine, fondatrice et PDG de *ConnecThings* (*Contactless & Mobile Awards*, 2013) ; Cécile Schmollgruber, Présidente de *Stereolabs* (Grand prix de l'innovation de la Ville de Paris, lauréat de la catégorie Technologies Numériques) ; Caroline Noublanche, fondatrice de *Prylos*, éditeur de solutions mobiles recentrées sur les services à la personne (prix spécial des Trophées de la Mobilité en 2005 et prix de la relation client en 2007) ; Laetitia Puyfaucher, fondatrice de *WordAppeal*, agence conseil en communication éditoriale online (lauréate en 1999 du prix Nico Colchester décerné par *The Economist* et le *Financial Times*).

<sup>27</sup> C. Thinus-Blanc montre comment les stéréotypes entraînent des « menaces de stéréotypes » qui réduisent la performance du fait du questionnement de reproduire ou non le stéréotype.

<sup>28</sup> Il existe de nombreuses études sur les entrepreneurs. Une étude assez ambitieuse a été conduite par exemple au Brésil (Djankov *et al.*, 2008). Elle montre que les éléments sociaux prédominent pour ce qui est de la décision d'entreprendre mais que le réseau social n'est pas un facteur de succès, une fois l'entreprise démarrée. Les qualités individuelles font la différence entre ceux qui réussissent et les autres. Dans ces « qualités individuelles » se trouvent notamment la capacité à « faire

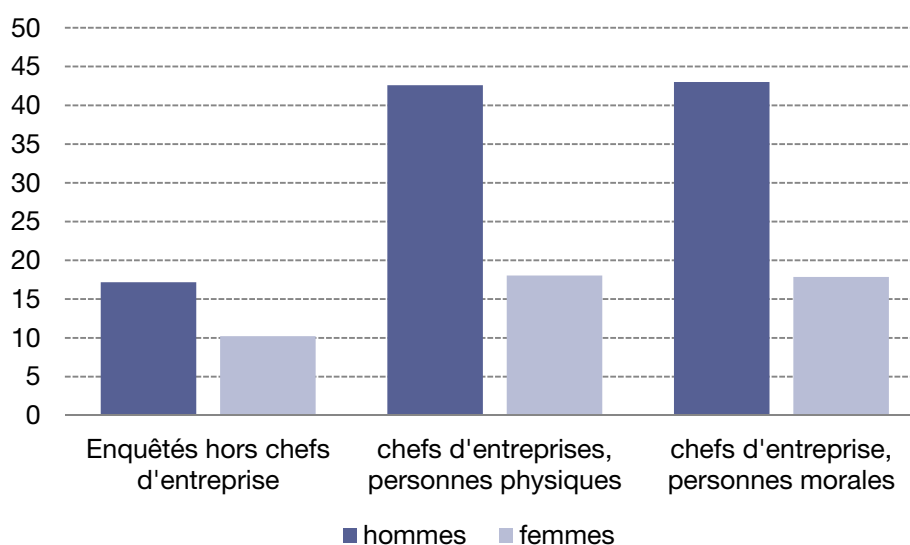
économie du risque ont souligné l'insuffisance du concept d'aversion au risque, comme le rappellent Dhont-Peltrault et Llense (*op. cit.*). Toutefois, quelques statistiques illustrent très simplement notre propos.

#### 1.4.2. Une plus grande aversion au risque observée chez les femmes

L'enquête Patrimoine de l'Insee propose un « module aversion au risque » qui permet plusieurs mesures de l'aversion au risque. Lorsqu'on s'intéresse à l'entrepreneuriat en fonction du genre, les différentes mesures fournissent des résultats cohérents. Nous utilisons ici la variable déclarative sur le goût pour la prise de risque la plus générale (où l'on demande aux personnes interrogées de se positionner elles-mêmes sur une échelle de goût du risque).

La comparaison entre les chefs d'entreprise et les autres individus de la tranche d'âge 15-85 ans de l'enquête Patrimoine montre que le goût pour le risque est plus marqué chez les femmes et les hommes propriétaires et dirigeants de leur entreprise (graphique 4). Ceci confirme l'importance des préférences individuelles dans le fait de devenir entrepreneur. Les comportements de prudence sont plus fréquents parmi les femmes que parmi les hommes mais la proportion varie en fonction notamment de l'âge et du niveau de diplôme.

**Graphique 4**  
**Part des individus déclarant**  
**aimer plutôt ou vraiment prendre des risques (en %)**



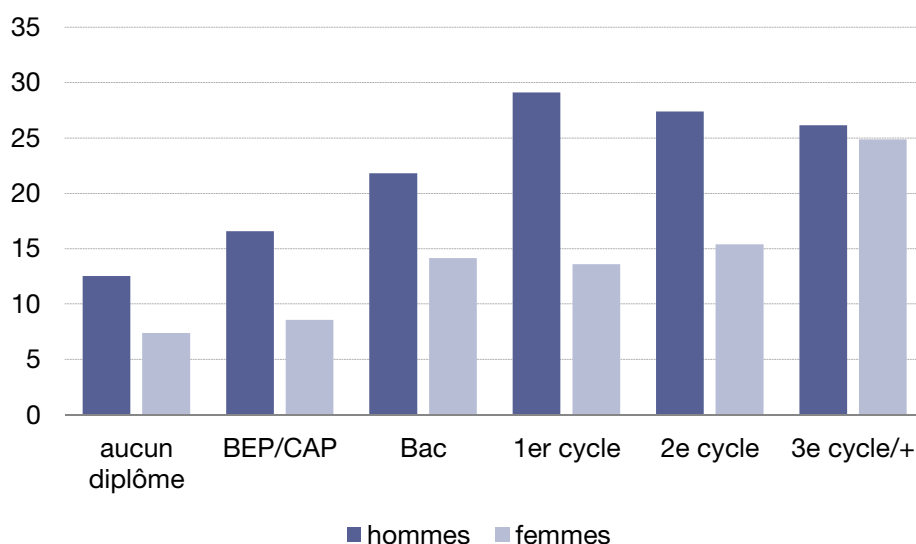
Source : Enquête Patrimoine 2010.

Les écarts en termes de goût pour le risque sont plus particulièrement marqués chez les plus de soixante ans et parmi les individus les moins éduqués tandis que l'écart est

confiance » aux autres – et notamment à ses collaborateurs. L'intelligence (des tests de QI étaient conduits) et la formation sont également décisives ; en revanche la confiance en soi n'est pas une clef. Un excès de confiance en soi est même plutôt associé à une plus forte probabilité d'échec. De même, le goût pour le risque ne caractérise pas les créateurs qui semblent plutôt plus « patients » que les non-entrepreneurs. Une telle étude, même si elle ne dit rien directement sur le genre, doit aider à ne pas céder aux *a priori* en matière d'entrepreneuriat.

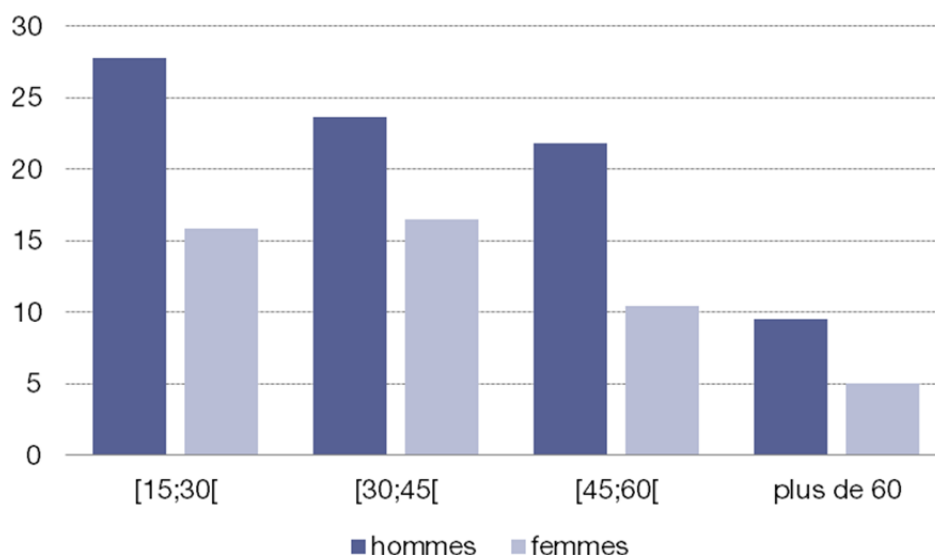
quasiment inexistant chez les individus ayant un niveau d'étude de 3<sup>e</sup> cycle ou grande école (graphiques 5 et 6). Ces différences d'aversion au risque sont à prendre en compte pour la mise en place de mesures visant à réduire les freins subjectifs à l'entrepreneuriat féminin.

**Graphique 5**  
Part des individus déclarant aimer, ou plutôt aimer, prendre des risques, par genre et niveau de diplôme (en %)



Source : Enquête Patrimoine, 2010.

**Graphique 6**  
Part des individus déclarant aimer, ou plutôt aimer, prendre des risques, par genre et tranche d'âge (en %)



Source : Enquête Patrimoine, 2010.

Une façon de diminuer le risque encouru peut passer par la co-direction de l'entreprise. L'enquête SINE révèle que 34 % des femmes entreprennent avec un collaborateur, même



proportion que celle que l'on trouve chez les hommes. Elles sont néanmoins 14 % à co-diriger l'entreprise avec leur conjoint comme collaborateur, contre 11 % pour les hommes.

### 1.4.3. Faire levier sur la prudence comme sur le goût du risque

La propension des chefs d'entreprise à être moins averses au risque est flagrante et révèle une vraie différence de préférences entre les entrepreneurs et les non-entrepreneurs. Parmi les chefs d'entreprise, les femmes semblent demeurer un cran en dessous en la matière. Une analyse plus approfondie des leviers d'action pour agir sur les caractéristiques subjectives mériterait d'être menée à partir de données d'enquêtes centrées sur la question des préférences individuelles. Toutefois, ce constat fait apparaître un axe potentiel de formation des femmes à une meilleure appréhension du risque. Plusieurs leviers d'action sont envisageables :

- agir auprès des publics les moins averses au risque, et notamment auprès de ceux où la différence hommes femmes est la moins marquée pour les aider à surmonter d'autres obstacles à l'entrepreneuriat tels que la contrainte de liquidité. On pense ici notamment à agir auprès des étudiants puisque les plus jeunes et les plus diplômés sont relativement les moins prudents ;
- intervenir auprès des populations aimant le moins prendre des risques pour les accompagner dans la création d'entreprise à travers des formations, la valorisation de l'entrepreneuriat féminin, etc. et les inciter ainsi à passer à l'acte ;
- aider les populations dotées d'un potentiel élevé de succès mais trop prudentes pour s'engager sur des projets plus ambitieux, comme il est proposé dans la *Note d'analyse* du Centre d'analyse stratégique sur les entrepreneurs et la prise de risque (Dhont-Peltrault et Llense, *op. cit.*)<sup>29</sup>. Cette approche vise à différencier les garanties de financement en fonction de l'ambition du projet.

## 1.5. La typologie des entrepreneuses issue des motivations à la création

Comme nous l'avons indiqué, le « modèle » retenu au début de cette partie est implicitement « causal » : des « déterminants » intériorisés ou non configurent la probabilité d'être un créateur d'entreprise. Nous avons constaté qu'il n'était pas possible d'expliquer ainsi totalement les écarts hommes femmes. L'aversion au risque étudiée ensuite relevait déjà d'un autre schéma de compréhension de l'écart entre hommes et femmes dans l'entrepreneuriat. Nous proposons maintenant un troisième schéma, plus finaliste, où la compréhension du phénomène passe par les motivations des hommes et des femmes. Les motivations avouées des créateurs sont en effet un autre facteur « explicatif » que nous n'avons pas explicitement intégré dans la modélisation.

### 1.5.1. Quelques précautions à prendre dans l'analyse

Il n'est pas sûr que les items proposés dans les diverses enquêtes permettent de différencier correctement les motivations à la création masculines et féminines. Le

---

<sup>29</sup> Les deux propositions préconisées se détaillaient ainsi :

- i) promouvoir auprès des micro-entrepreneurs le régime réel simplifié d'imposition des bénéficiaires, mieux adapté aux entreprises en phase de développement que le régime fiscal de la micro-entreprise (l'objectif est ici d'aider les entrepreneurs à mieux maîtriser ce qu'est une entreprise) ;
- ii) favoriser un développement ambitieux des entreprises nouvellement créées en offrant des contrats d'avances remboursables qui soient conditionnels à des objectifs de développement précis (l'objectif est ici d'aider les entrepreneurs à potentiels mais trop prudents pour s'enhardir).

stéréotype qui voudrait que les femmes créent plus fréquemment leur entreprise par nécessité que les hommes est de moins en moins vrai, au fur et à mesure que les économies se développent. Ce n'est d'ailleurs pas le cas en France (40 % des créateurs hommes le sont « par nécessité », contre 30 % seulement des créateurs femmes en 2010, selon la nomenclature du GEM)<sup>30</sup>. Le terme de « nécessité » peut par ailleurs masquer deux réalités très différentes (tableau 8). La première tient au type de métier qui nécessite ou favorise un exercice de la profession en indépendant ou dans un cadre entrepreneurial. La seconde est l'option par défaut pour pouvoir travailler, lorsque l'on ne trouve pas d'emploi comme salarié.

La vision stéréotypée voudrait que les femmes créent leur entreprise pour concilier vie privée et professionnelle, et gérer elles-mêmes leur temps. La complexité du phénomène de l'entrepreneuriat et de sa mesure n'aide pas à distinguer profession libérale ou micro-entreprise et femmes réellement chefs d'entreprise qui auraient des motivations proches de celles des hommes.

Par ailleurs, l'exploitation de l'enquête SINE ou de *Factors of Business Success* au niveau européen souffre d'un biais de sélection puisque ne sont interrogés que des créateurs effectifs. Enfin, les travailleurs indépendants et non-indépendants sont des populations très différentes, être chef d'entreprise ou être à son compte sans salarié, étant deux modes d'exercice du travail ne relevant pas de la même démarche. Une séparation claire entre ces populations est nécessaire et lorsque cela est possible, nous excluons les indépendants de notre échantillon<sup>31</sup>.

**Tableau 8**  
**Objectif principal de la création de l'entreprise (en %)**

	Femmes	Hommes
Assurer son emploi	55,3	49,6
Développer l'entreprise en emploi	23,1	26,0
Développer l'entreprise en investissements	19,5	21,1
Non concernés	2,2	3,4

Source : Enquête SINE 2006.

### 1.5.2. Des motivations très voisines entre hommes et femmes

De fait, les motivations à la création d'entreprise diffèrent peu entre hommes et femmes selon la plupart des études. Au niveau européen, l'enquête de 2006 *Factors of Business Success* (Schrör, 2006) indiquait que les trois principales motivations étaient très voisines

<sup>30</sup> Voir également Dhont-Peltrault et Llense (*op. cit.*) qui dans leur typologie (de quatre types) font apparaître des populations de créateurs « par nécessité » et d'autres « par opportunité » qui ne présentent pas de différences très marquées en termes de genre.

<sup>31</sup> Les travailleurs indépendants regroupent les artisans, commerçants, les professions libérales et les agents commerciaux, une catégorie très hétérogène mêlant personnes « à leur compte » pour pouvoir exercer leur profession et des commerçants ou indépendants dans les services. On observe à travers l'enquête SINE que les indépendants sont naturellement davantage intéressés à la création de leur propre emploi (ANNEXE 2). Leurs motivations à la création marquent plus une volonté d'indépendance, notamment chez les hommes, qu'un goût d'entreprendre, de valoriser une idée ou une opportunité, que chez les entrepreneurs installés « en société ». Ils sont plus fréquemment sans emploi et contraints de créer leur activité (16 % des hommes et 19 % des femmes indépendants, contre respectivement 8 % et 9 % des non-indépendants).

entre hommes et femmes : l'indépendance (73,6 % chez les femmes, 75,7 % chez les hommes), la perspective de gagner plus d'argent (respectivement 70,6 % et 73,4 %) et la recherche de nouvelles aventures (respectivement 67,2 % et 68,0 %). Le déficit constaté du côté féminin, pour chaque item, se retrouvait avec une dominante sur « éviter le chômage », « concilier vie de famille et vie professionnelle » et « âge des enfants ».

Dans l'enquête SINE, parmi les principaux objectifs du créateur d'entreprise (hors travailleurs indépendants), 56 % des femmes déclarent vouloir créer leur propre emploi, contre 51 % des hommes (tableau 9). Ce désir d'indépendance se retrouve dans le fait que la plupart des créateurs et créatrices qui souhaitent créer leur propre emploi sont les mêmes à signaler comme motivations la volonté d'indépendance.

Les mesures en faveur des sans-emploi destinées à favoriser l'auto-entrepreneuriat sont déjà fortes. Il ne semble pas nécessaire de renforcer les politiques d'accompagnement visant explicitement les femmes sans emploi, puisqu'elles sont plus nombreuses à sortir de ce statut pour créer leur entreprise.

**Tableau 9**  
**Motivations à la création et à la démarche entrepreneuriale (en %)**

	Repreneurs		Créateurs	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Indépendance	12,2	12,1	9,6	13,3
Goût d'entreprendre	13,7	15,1	12,2	14,1
Amélioration du niveau de vie	14,3	14,9	11,9	15,6
Opportunité	30,2	31,5	12,3	12,2
Idée	2,8	4,6	14,9	12,8
Exemple de l'entourage	6,9	5,8	5,5	5,9
Sans emploi, volonté de créer	13,1	9,9	24,2	18,0
Sans emploi, contraint de créer	6,7	6,2	9,5	8,2

Source : Enquête SINE 2006.

### *1.5.3. L'enrichissement financier, moins moteur chez les femmes entrepreneurs*

Si on laisse de côté les repreneurs, on note un fort écart entre hommes et femmes créateurs sur l'item « amélioration du niveau de vie » (tableau9). Il conviendra d'approfondir ce point pour mieux identifier les déterminants d'un tel écart lorsque nous disposerons de l'intégralité de la base de données SINE.

Dans le Baromètre Caisse d'Épargne dont l'échantillon inclut les travailleurs indépendants, les motivations apparaissent également très proches entre hommes et femmes : épanouissement personnel (86 % pour les femmes, 83 % pour les hommes) ; goût d'entreprendre, sens du risque, innovation (80 % contre 77 %) ; volonté d'être indépendant plutôt que salarié (76 % contre 83 %) ; volonté d'être plus libre pour le temps ou le lieu de travail (63 % contre 69 %) ; norme dans le métier (33 % contre 35 %). En revanche, mais cette motivation n'apparaît qu'en sixième rang, le « Gain d'argent » n'est cité que par 27 % des femmes, contre 37 % des hommes.

L'enquête GEM met aussi en évidence une telle différence. On montre par exemple que le motif « s'enrichir » est plus fréquent chez les hauts revenus et moins fréquent chez les

femmes ou les sans-emploi<sup>32</sup>. À noter qu'en Allemagne, les résultats sont de même nature, mais le genre n'est pas significatif. C'est également le cas en Espagne et en Suède. Aux États-Unis ou au Royaume-Uni toutefois, là où l'on observe le taux d'occurrence de ce motif le plus élevé, on a bien confirmation qu'il concerne moins les femmes, et de façon très significative. En France, le moteur de l'enrichissement est également moins présent chez les femmes que chez les hommes. Un tel écart dans les motivations pourrait justifier un dimensionnement moins ambitieux, ou, par la suite, un mode de développement de l'entreprise plus progressif, comme allons le voir maintenant.

---

<sup>32</sup> Exploitation de l'enquête GEM 2001-2009, ce qui implique que sont ici mélangés travailleurs indépendants et créateurs.

## II Le passage à l'acte et son financement

### 2.1. Le puzzle de l'accès au financement

Dans les années 1970, les États-Unis constatant une différence dans l'accès au crédit entre hommes et femmes ont eu recours à une loi (« The Equal Credit Opportunity Act<sup>33</sup> » en 1974). Il ne semble pas que l'on soit exactement dans cette situation aujourd'hui en Europe, comme nous l'avons signalé en introduction. On notera toutefois que, conjugués à d'autres initiatives en faveur des PME et spécifiquement en faveur de l'entrepreneuriat féminin, ces dispositions déjà anciennes sont sans doute à l'origine d'un fort taux de création par des femmes dans ce pays : il y avoisine aujourd'hui les 50 %, taux bien supérieur aux taux européen, appelant à un diagnostic en la matière.

En France, près de 28 % des créatrices, soit autant que les hommes (28,2 %) évoquent des difficultés d'accès au financement lors de la création de leur entreprise (Enquête SINE, 2009)<sup>34</sup>. Plus généralement, elles invoquent, dans la même proportion, les mêmes difficultés que les créateurs (tableau 10). Ceci laisse à penser que les femmes parvenant à mener à bien leur projet ne rencontrent pas de difficultés spécifiques au moment de la création, comparées à celles subies par les hommes. Il est toutefois possible que seules les femmes bénéficiant d'une contrainte de liquidité moins forte ou d'un accès au système bancaire plus favorable concrétisent leur projet de création d'entreprise. À notre connaissance, aucune base de données ne permet de vérifier ce biais de sélection.

À noter que *France Active*, tant au niveau du dispositif NACRE que dans la mise en place des garanties FGIF, observe sur le terrain une connaissance encore insuffisante des solutions d'aide au financement (y compris dans les réseaux bancaires où les conventions sont signées au niveau national). *France Active* souligne que le travail d'information sur ces outils de financement constitue une réelle opportunité pour une communication sur l'entrepreneuriat au féminin en général.

**Tableau 10**  
Difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre du projet (en %)

	Femmes	Hommes
Isolement	1,6	2,0
Embauche de personnel qualifié	2,8	3,7
Fixation des prix	3,2	3,2
Trouver un local	3,8	3,5
Établir des contacts clientèle	5,9	5,8
Formalités administratives	26,1	26,4
Difficultés de financement*	28,0	28,2

\* les difficultés de financement regroupent l'obtention d'un financement, d'un découvert bancaire, d'un compte bancaire.

Sources : Enquête SINE 2009, créateurs 2006.

<sup>33</sup> Cette loi interdit aux établissements financiers de différencier les offres de crédit en fonction de la race, du genre, de l'âge, de la religion, de la couleur, du pays d'origine et du statut marital, toutes variables pourtant très utilisées dans les « scoring » des banques pour leur octroi de crédit.

<sup>34</sup> Au niveau européen, les hommes évoquent même plus fréquemment cette difficulté du financement (56 %, contre 54 % pour les femmes, d'après *Factors of Business Success*).

La difficulté est que la contrainte de financement constitue un frein majeur à la création d'entreprise quel que soit le genre (Hurst et Lusardi, 2004), notamment à l'amorçage (Le Moign, 2011 et 2012)<sup>35</sup>. C'est sans doute encore plus vrai lorsque l'on considère les besoins de forte capitalisation pour les projets très innovants. Les témoignages individuels ne constituent donc pas des éléments de preuve, il faut mieux comprendre les mécanismes en jeu et, en particulier, différencier d'une part les moments où le financement est un enjeu et d'autre part, le type de financement concerné (voir encadré 1).

Quel que soit le stade de développement de l'entreprise, deux facteurs bien différents entrent en jeu pour étudier la demande de financement : le secteur (qui résume le plus simplement possible les spécificités de clientèles et de technologies) et le type de management. Ce dernier peut, à nouveau en simplifiant, et sur le thème du financement, être appréhendé par la prise de risque, l'ambition et la compétence financière.

## 2.2. Choix sectoriels, mise de départ et management

Il existe indéniablement des différences entre les entreprises créées par les femmes et celles créées par des hommes. Par exemple, le Baromètre Caisse d'Épargne fait apparaître des différences d'âge des entreprises de moins de dix salariés (hors auto-entrepreneurs, mais y compris travailleurs indépendants) : celles dirigées par des femmes sont plus récentes (10 ans vs 14 ans) et 27 % d'entre elles ont moins de trois ans, contre 17 % pour celles dirigées par des hommes. Sans que l'on puisse vérifier si cette plus grande jeunesse explique cet écart, elles ont des effectifs plus faibles en moyenne (0,7 salarié vs 1,1 salarié) et des chiffres d'affaire également plus faibles : 71 000 euros contre 150 000 euros. Les entreprises gérées par les femmes sont plus en croissance que celles gérées par les hommes (39 % vs 28 %), alors qu'elles ont à peu près autant à voir leur activité en repli (17 % vs 19 %). Les entreprises en développement se trouvent davantage parmi les plus récentes, dans les services et dans les entreprises créées (plutôt que reprises).

D'autres sources (OSÉO, 2010) confirment ces différences, même en excluant les travailleurs indépendants : les femmes sont, en valeur relative, deux fois plus nombreuses dans les petites affaires réalisant moins de 76 K€ de chiffre d'affaires alors que les hommes sont trois fois plus nombreux dans celles dépassant 700 K€. De même, les entreprises dirigées par des hommes sont plus enclines à recruter (39 %, contre 26 % pour celles managées par des femmes). La question est d'identifier la clef de ces divergences afin de faire le bon diagnostic et d'orienter correctement les politiques publiques. Nous allons chaque fois isoler les catégories spécifiques, susceptibles d'être à l'origine des écarts constatés en moyenne.

### 2.2.1. Plus averses au risque et moins en recherche de rentabilité

Les résultats de la première partie sont assez nets sur certaines spécificités des femmes entrepreneurs : celles-ci sont plus averses au risque et moins motivées par l'enrichissement. Cela ne suffit pas à conclure à des modes de management différents, ni même à des choix sectoriels différents ; le choix sectoriel, souvent contraint dans l'entrepreneuriat par nécessité, pourrait aussi témoigner d'objectifs différents entre hommes et femmes (Beaufort, 2006 et souligné par Bel, *op. cit.*). Néanmoins, ces éléments renforcent la plausibilité d'une explication comportementale conduisant à des différences dans les firmes elles-mêmes (selon qu'elles sont créées et/ou dirigées par des hommes ou par des femmes) et dans la gestion de leur financement.

---

<sup>35</sup> Voir la question de l'*equity gap* et du manque de fonds d'amorçage qui concerne toute les populations de créateurs.

### 2.2.2. Le biais sectoriel

*Ex ante*, la demande de financement est peut-être plus faible du côté des femmes parce que la nature de leur projet est moins capitalistique notamment du fait du secteur choisi. Bien qu'il ne soit jamais possible de séparer totalement ce qui est librement choisi de ce qui est socialement imposé *via* des représentations, il convient de vérifier que les choix sectoriels ne conditionnent pas d'emblée une moindre intensité capitalistique.

L'analyse sectorielle est d'autant plus importante qu'au-delà de son impact sur la demande de financement, elle conditionne également l'offre puisque les différents secteurs n'offrent pas le même couple risque / rentabilité aux yeux d'un investisseur ou d'un banquier (tableaux 11 et 12). L'idée la plus répandue est que les créations d'entreprise ou les entreprises dirigées par des femmes se trouveraient préférentiellement dans des secteurs comme les services à la personne, ou plus généralement le *B to C*. Ceci est confirmé dans les faits, mais d'une façon moins flagrante qu'attendue.

Certes, les femmes investissent plus que les hommes dans la santé, ou le social et moins dans l'industrie. Nos deux sources de données pour la France (enquêtes SINE et Patrimoine) confirment que les femmes dirigeantes d'entreprises sont proportionnellement plus présentes dans les secteurs Santé – Affaires sociales – Enseignement que les hommes. Ce ne sont toutefois pas les secteurs principaux où elles investissent. En effet, près de 30 % des femmes chefs d'entreprise ont leur activité dans le secteur du commerce et 9,2 % d'entre elles sont dans le secteur des activités scientifiques ou techniques, contre 12,5 % pour les hommes. Au total, le profil sectoriel des femmes entrepreneurs, malgré de réelles différences, n'est pas si différent de celui que présentent les hommes.

**Tableau 11**  
Répartition sectorielle des chefs d'entreprise (en %)

	Hommes	Femmes
Commerce et réparation	18,56	29,57
Activités scientifiques/techniques	12,5	9,16
Hébergement et restauration	6,49	7,07
Autres activités de service	2,37	6,83
Santé et Social	0,79	5,58
Industrie	6,13	5,28
Enseignement	1,36	5,11
Information et communication	4,44	4,05
Activités financières et d'assurance	3,41	2,8
Construction	16,64	1,78
Soutien aux entreprises, administration	1,35	1,62
Activités immobilières	2,19	1,47
Transports et entreposage	3,01	0,73
Production et distribution		
Eau/Électricité	0,91	0,11

Source : Enquête Patrimoine 2010.

**Tableau 12**  
Répartition sectorielle des chefs d'entreprise selon le genre (en %)

	2006			2010		
	Répartition par sexe		Part des femmes créatrices	Répartition par sexe		Part des femmes créatrices
	Femmes	Hommes		Femmes	Hommes	
Industrie	4,7	5,5	26	4,1	6,5	20
Construction	4,8	29,9	6	6,6	23,7	10
Commerce et réparation	28,1	22,5	34	25,3	23,9	30
Transports et entreposages	1,2	2,9	15	2,1	3,2	21
Hébergement et restauration	7,2	4,4	40	8,2	7,0	32
Information et communication	3,2	5,1	20	3,0	4,3	22
Activités financières et d'assurance	1,4	1,7	24	1,3	1,4	27
Activités immobilières	3,9	4,1	28	4,5	3,4	35
Soutien aux entreprises	19,2	15,7	33	22,0	18,2	32
Enseignement, santé et action sociale	12,8	4,1	56	12,8	4,4	54
Services aux ménages	13,5	4,1	57	10,2	4,1	50
Ensemble	100,0	100,0	29	100,0	100,0	28

Champ : France, entreprises créées au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2006 et exerçant des activités marchandes non agricoles.  
 Champ : France, entreprises créées au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2010, actives en septembre 2010 et exerçant des activités marchandes non agricoles.

Source : Insee, enquête SINE 2010 - première interrogation (2010).

Lorsque cette étude a été réalisée, nous ne disposons pas encore de l'intégralité de l'enquête SINE, et notamment du secteur d'appartenance. Le tableau 12 est donc produit à partir des données fournies par l'Insee qui ne sépare pas les indépendants du reste de l'échantillon et ajoute au biais sectoriel. Quand les données *ad hoc* seront disponibles, une analyse fine identifiera l'importance du genre dans le choix du secteur, en corrigeant d'effets éventuels issus par exemple du niveau de diplôme, du statut en emploi, de l'âge, etc. L'évacuation des futurs auto-entrepreneurs qui, dans les données évoquées ci-dessus, se mélangent encore pour partie aux entreprises unipersonnelles et aux travailleurs indépendants permettra sans aucun doute de réduire encore les écarts sectoriels entre hommes et femmes. L'analyse sectorielle de l'auto-entrepreneuriat des femmes (voir ANNEXE 1) montre en effet leur forte concentration dans certains secteurs.

De même, nous envisageons de vérifier dans l'enquête Patrimoine si l'existence de différences de genre dans le choix sectoriel ne s'explique pas par celle d'une catégorie de femmes spécifiquement plus averses au risque que la moyenne. Enfin, l'exploitation de la base de données de *Women Equity Partners* devrait montrer que le biais sectoriel est encore plus faible lorsque l'on considère les entreprises ayant dépassé une certaine taille (plus de 4 millions d'euros de chiffre d'affaires).

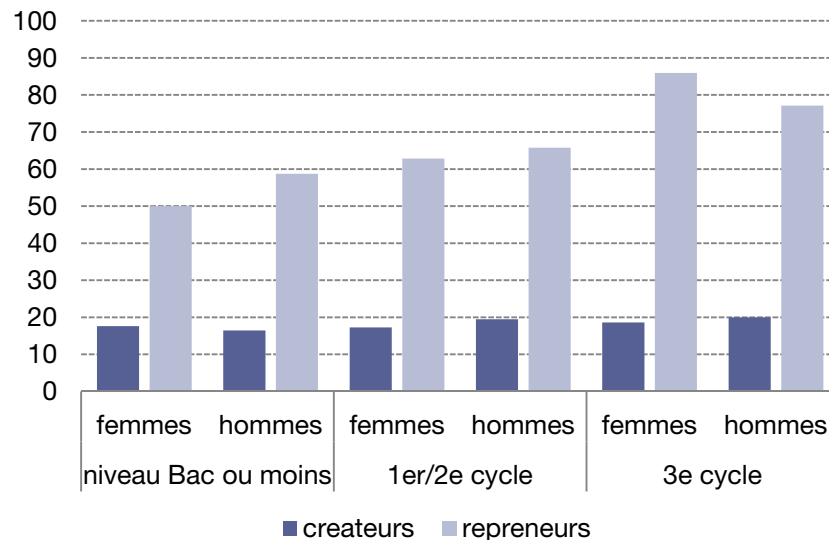
### *2.2.3. La prise de risque initiale : l'investissement de départ*

La Commission européenne avance un rapport de 1 à 3 au niveau du capital initial détenu par femmes et hommes à la création des entreprises. Cependant ce chiffre n'est pas vérifié en France en 2006. Elles sont en effet relativement plus nombreuses à investir moins de 4 000 euros au démarrage (création ou reprise) mais elles sont également proportionnellement plus nombreuses à investir plus de 40 000 euros.



Les données l'enquête SINE 2006 révèlent une différence importante entre les créateurs et repreneurs en matière d'investissement de départ : 63 % des repreneurs et 55 % des repreneuses investissent plus de 40 k€ au moment de la reprise, contre seulement 20 % des créateurs, avec peu de différence entre les sexes mais d'importantes différences entre les niveaux de diplômes (graphique 7).

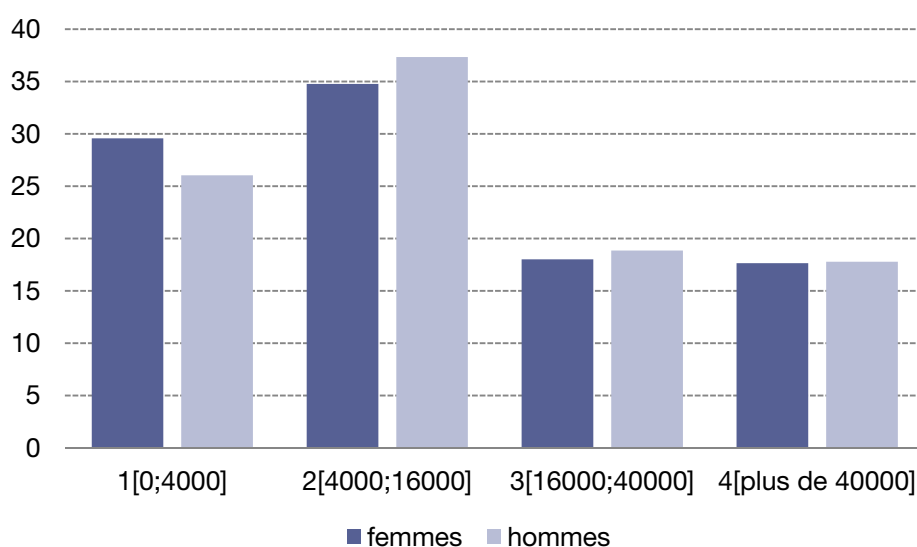
**Graphique 7**  
**Part des créateurs et des repreneurs ayant investi plus de 40 000 euros au départ, en fonction du diplôme et du genre (en %)**



Source : Enquête SINE 2006.

Parmi les créateurs, les femmes sont plus nombreuses à investir moins de 4 000 euros (28 %, contre 24 % des hommes), écart qui ne s'observe pas pour des montants de départ plus élevés (graphique 8).

**Graphique 8**  
**Part des créateurs (en %) selon le genre et le montant de leur investissement de départ en euros**



Source : Enquête SINE 2006.

**Tableau 13**  
**Part de l'investissement initial en fonction du statut avant la création et du genre (en %)**

Sexe	Investissement initial (en euros)	Indépendant/CE	Salarié	Au chômage	Sans activité	Étudiant
Femmes	[0;4000]	21	31	29	36	44
	[4000;16000]	38	32	36	36	32
	[16000;40000]	15	18	20	14	12
	[plus de 40000]	26	19	15	15	12
Hommes	[0;4000]	24	28	24	37	34
	[4000;16000]	35	36	40	37	45
	[16000;40000]	14	21	21	12	12
	[plus de 40000]	27	16	15	13	9

Source : Enquête SINE 2009 ; population : seulement les créateurs.

Lorsqu'on s'intéresse au statut en emploi avant la création, sans surprise, les populations qui investissent initialement le plus souvent de faibles montants sont les étudiants (44 % des étudiantes et 34 % des étudiants investissent moins de 4 000 euros) et les chômeurs (29 % chez chômeuses avant la création et 24 % chez les chômeurs investissent moins de 4 000 euros au lancement de leur activité). Sans surprise, c'est avec la catégorie des précédemment chefs d'entreprise ou indépendants qu'on retrouve le plus fréquemment des montants initiaux élevés : 26 % parmi les créatrices investissent plus de 40 000 euros, contre 27 % chez les créateurs. Les personnes étudiantes avant la création sont celles qui investissent le plus rarement des montants élevés, puisque seuls 12 % des femmes et 9 % des hommes investissent plus de 40 000 euros.

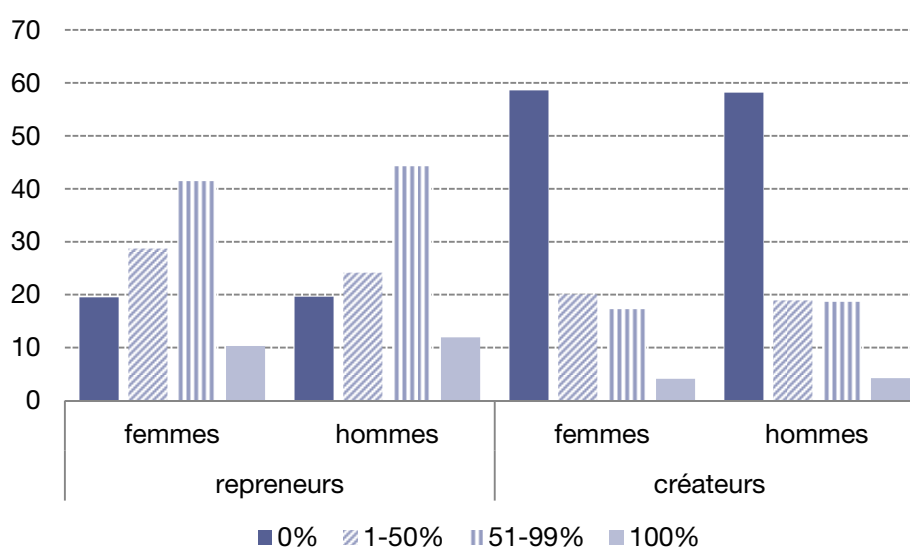
Sous l'angle d'une comparaison hommes / femmes, aucun écart régulier entre les deux populations n'apparaît et l'on peut conclure à l'absence de différences en la matière.

#### 2.2.4. La recherche de l'effet de levier

L'enquête SINE donne la part de l'emprunt bancaire dans l'investissement initial au démarrage de l'entreprise. Dans la base de données *Women Equity Partners*, nous disposons de la répartition dette/fonds propres pour les entreprises dirigées par des femmes. En étudiant ce ratio par secteur et en le rapprochant des résultats traditionnels qui associent hommes et femmes, nous testerons dans une prochaine version de ce document dans quelle mesure les femmes arbitrent plus en faveur d'une forte rentabilité que d'une croissance moins risquée (graphique 9).

Afin de compléter leur besoin de financement initial, certains entrepreneurs font appel à un emprunt bancaire, notamment les repreneurs d'entreprises qui ont un investissement initial supérieur à celui de la moyenne des repreneurs. Lorsque la part de ce surcroît de financement est faible, on considère qu'il s'agit d'une stratégie de prudence ; lorsqu'elle est élevée, c'est à l'inverse le signe d'une stratégie de croissance agressive et ambitieuse. Ici, les *a priori* ne sont pas confirmés : la distribution des montants de l'emprunt bancaire ne marque pas de différences flagrantes entre hommes et femmes selon qu'ils sont créateurs ou repreneurs et ne témoignent que très imperceptiblement d'une recherche supplémentaire d'effet de levier de la part des hommes.

**Graphique 9**  
Part du financement par emprunt bancaire  
en fonction du genre et du type d'entreprises (en %)



Source : Enquête SINE 2006.

#### 2.2.5. La compétence en matière de gestion financière

Enfin, nous avons également identifié la compétence comme un des facteurs susceptibles de différencier entreprises et management. Il n'est pas aisé de mesurer de telles différences. Toutefois, le Baromètre Caisse d'Épargne apporte un éclairage sur ce sujet. L'enquête SINE, quant à elle, interroge les créateurs survivant trois ans sur les difficultés rencontrées en termes de gestion de trésorerie. Un grand nombre de non-répondants rend l'exploitation du résultat délicate,

mais l'analyse de ces non-réponses permet de segmenter encore la population des femmes entrepreneurs et d'isoler celles qui, de fait, présentent des écarts avec les hommes.

Pour les entreprises de moins de dix salariés, le Baromètre Caisse d'Épargne indique que 51 % des femmes comme des hommes ont dû faire face à des problèmes de trésorerie et que les outils utilisés ont presque été identiques, quel que soit le genre : découverts bancaire et crédit de trésorerie, autres types d'emprunts (avance remboursable, prêts à 0 %), escomptes ou affacturages, obtentions de délais supplémentaires de paiement, ressources personnelles du chef d'entreprise, de sa famille ou de ses proches, .... Peu de différences notables sur la répartition entre ces outils, avec une légère prédominance, chez les hommes, des découverts et crédits de trésorerie ainsi que de l'affacturage et de l'escompte, peut-être trop sophistiqués pour des TPE, plus nombreuses chez les femmes. Les femmes font finalement plus souvent l'appoint avec leurs fonds personnels ou ceux de leurs proches (35 %, contre 31 % pour les hommes).

À partir des données de l'enquête SINE sur les créateurs ayant survécu entre 2006 et 2009, on observe les moyens de gestion de la trésorerie de l'entreprise auxquels ils ont eu recours (tableau 14). Les différences hommes/femmes ne sont pas très marquées, sauf au niveau d'un plus grand appel des femmes à leurs ressources personnelles et moins à l'autofinancement. On ne note pas de différence dans le recours à l'emprunt bancaire. Le trop grand nombre de personnes ne répondant pas à cette question empêche cependant de recouper ces données par typologie spécifique. La population des créateurs d'entreprise qui ne renseignent pas cette question, à savoir quels sont les moyens de gestion de leur trésorerie, révèle toutefois des caractéristiques spécifiques, avec une surreprésentation des femmes, des moins diplômés, des plus jeunes et des étudiants.

**Tableau 14**  
**Outils de gestion adoptés pour la trésorerie (en %)**

	Hommes			Femmes		
	BAC	1 <sup>er</sup> /2 <sup>è</sup> cycle	3 <sup>è</sup> cycle	BAC	1 <sup>er</sup> /2 <sup>è</sup> cycle	3 <sup>è</sup> cycle
Découverts bancaires, autres délais*	16,8	13,7	8,2	20,2	13,1	10,8
Emprunts bancaires ou autres types d'emprunts	12,4	9,3	7,6	10,3	12,2	10,0
Autofinancement	17,6	20,2	17,6	13,4	13,9	25,1
Ressources personnelles, famille ou associés	24,5	30,4	26,9	32,6	28,7	20,9
Pas de besoin	28,0	25,8	38,3	22,7	31,7	32,5

\*escompte, affacturage, obtention de délai de paiement.

Source : Enquête SINE 2009.

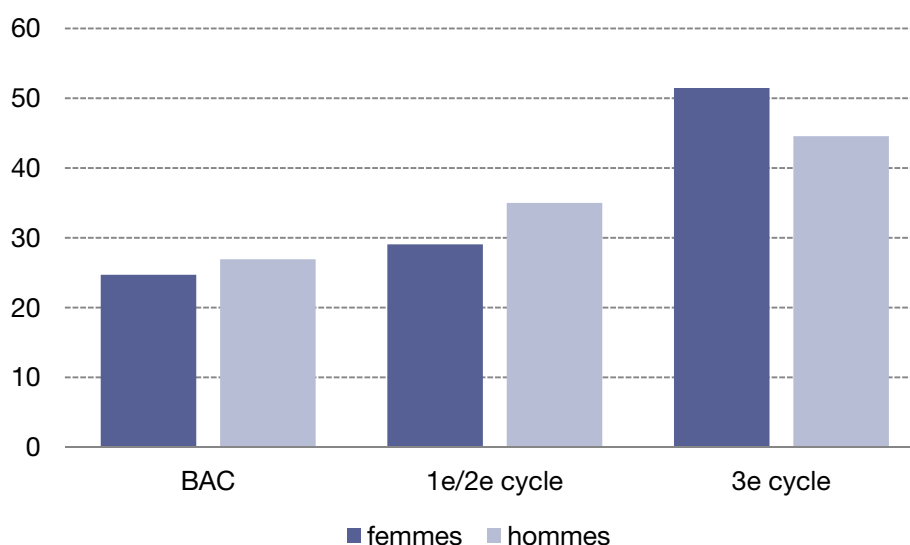
Ce fort taux de non-réponse peut révéler une méconnaissance ou une mauvaise maîtrise des questions relatives à la gestion de trésorerie, notamment parmi les femmes jeunes et peu diplômées. Une possibilité d'action pour améliorer leur connaissances dans ce domaine consiste à offrir des formations ciblées en faveur des jeunes et/ou peu diplômés. La gestion de la trésorerie est en effet un atout clé dans la pérennité de l'entreprise.

L'accès à la formation est également un facteur important pour le développement du projet (graphique 10). Il existe d'ailleurs une offre de formation en France à destination des chômeurs souhaitant devenir entrepreneurs. Parmi les entrepreneurs de l'enquête SINE (créateurs et repreneurs), l'accès à une formation particulière pour la réalisation du projet ne présente pas de

différences particulières entre hommes et femmes et semble faible : 70 % des hommes et 68 % des femmes n'ont pas suivi de formation particulière. Les femmes semblent être plus proactives dans la demande de formation : elles sont 16 % à avoir suivi une formation à leur demande (contre 11 % des hommes) et 16 % ont bénéficié d'une formation imposée (19 % des hommes).

La distinction par niveau de diplôme indique une différence significative entre hommes et femmes sur l'accès à une formation dans les trois ans suivant le lancement du projet. Ce sont les femmes les plus diplômées qui ont eu le plus accès à une formation après la création de leur entreprise. Ce constat incite à favoriser un développement des formations en faveur des moins diplômés : cependant, dans cette population des moins diplômés, on n'observe peu d'écart en fonction du genre, ce qui ne plaide pas en faveur d'une offre spécifique à destination des femmes.

**Graphique 10**  
Créateurs ayant suivi une formation entre 2007 et 2009,  
en fonction du niveau de diplôme (en %)



Source : Enquête SINE 2009.

D'autres mesures que les formations peuvent œuvrer à l'amélioration de la gestion de la trésorerie par les entrepreneurs : une obligation de fournir certains résultats de trésorerie pour l'accès à des aides publiques favoriserait un apprentissage des règles de base de la gestion de trésorerie.

En conclusion de cette brève analyse, en dehors de deux groupes de femmes entrepreneurs assez bien cernés (chômeurs et entreprises innovantes), les différences d'entreprises, de secteurs et de management financier entre hommes et femmes semblent négligeables.

### 2.3. Les différentes étapes

Nous reprenons ici et commentons quelques résultats du Baromètre Caisse d'Épargne en fonction des principales étapes du financement présentées dans l'encadré 1.

Encadré 1

**Les moments clefs de la gestion financière  
et les modes de financement**

L'amorçage est le premier temps de la vie financière d'une entreprise. À ce stade, l'apport initial des créateurs, ou de leurs proches (*love money*) suffit à de nombreux projets. Des aides spécifiques publiques (aides aux chômeurs, prêts d'honneurs, prix divers, etc.) complètent souvent le montage initial. Enfin, les projets les plus gourmands au démarrage réclament des compléments apportés par des *business angels* ou par des fonds spécialisés dans l'amorçage. Parmi ces derniers, rares sont ceux qui interviennent dès la création et l'investissement en « amorçage » renvoie souvent à des prises de participations un peu plus tardives<sup>36</sup>. À ce stade, le financement bancaire se signale rarement, de façon très modeste dans tous les cas, et lorsque les projets ont déjà reçu une forme de « label » de la part d'institutions délivrant des prêts d'honneur ou sous la forme de « prix » dans des concours régionaux.

Lors d'un « deuxième tour » (pour simplifier), des investisseurs en capital-risque peuvent entrer au capital. À ce stade, le financement de l'investissement par la banque devient plus fréquent et l'on peut trouver différentes situations de partage du passif entre fonds propres et dette, avec au sein des fonds propres, une ouverture plus ou moins grande à des investisseurs extérieurs. Ces derniers entrent préférentiellement dans des entreprises qualifiées d'innovantes, notamment en France où le dispositif fiscal encourage cette forme d'investissement (les FCPI/FCPR). Dès ce stade, les entreprises les plus ambitieuses peuvent présenter de plus forts effets de levier que les autres (plus de financement par la dette) ou une plus grande ouverture du capital au capital-risque (pour aller « plus vite, plus loin »). Le secteur d'activité et l'intensité capitalistique conditionnent également la dotation en capital de l'entreprise par rapport à son chiffre d'affaires, ou à sa masse salariale, et fait apparaître des différences importantes dans les besoins de financement des firmes.

Une fois l'entreprise en activité, le financement du fonds de roulement réclame, pour sa part, un financement bancaire. Il s'agit le plus souvent du « banquier de flux ». Selon le mode de gestion et le secteur d'activité, la trésorerie sera optimisée ou bien se laissera des marges de manœuvres. Ici encore, secteur et « prise de risque » des managers sont susceptibles de différencier le recours à un financement bancaire « de court terme »<sup>37</sup>.

Lorsque l'entreprise a atteint un certain stade de maturité, il est souvent temps d'élargir ses marchés, renouveler ses produits, s'internationaliser, etc. C'est le moment du capital développement, qui intervient parfois à l'issue de nombreuses années. Là encore, les différences sont grandes entre des entreprises qui ont accumulé des fonds propres progressivement, des entreprises bénéficiaires mais qui ont beaucoup distribué leurs résultats sous forme de dividendes, et des entreprises plus « pressées » qui vont financer leur développement par augmentation de capital et/ou endettement. L'augmentation de capital peut alors également se faire par une introduction en bourse.

Enfin, il convient de citer le cas des reprises d'entreprises qui peuvent intervenir à différents stade de la vie de la firme et nécessiter des structures et des montants de financements spécifiques.

<sup>36</sup> Le fonds national d'amorçage essaie de développer cette pratique qui reste rare.

<sup>37</sup> Mécaniquement, une entreprise en forte croissance subit un décalage entre ses recettes et ses dépenses et réclame un plus fort financement de court terme.

### 2.3.1. L'amorçage

Selon le Baromètre Caisse d'Épargne (entreprises de moins de dix salariés hors auto-entrepreneurs), 27 % des créatrices ont été accompagnées par des réseaux d'accompagnement, avances remboursables, prêts à taux zéro ou prêts d'honneur contre 9 % des hommes<sup>38</sup>. 64 % des femmes, créatrices de moins de trois ans, ont eu recours à au moins un financement (contre 62 % des hommes). Elles ont eu plus recours à des emprunts bancaires (59 % vs 51 %) et beaucoup plus à des financements de réseaux (27 % contre 9 % pour les hommes). Elles disposent d'un peu moins de subventions (12 % vs 14 %), peut-être parce qu'elles sont sous-représentées dans les entreprises innovantes (voir *infra*, l'innovation). Les apports en capital d'autres sociétés sont, de manière inattendue, de 4 % pour les femmes et négligeables pour les hommes. Impossible ici de conclure à un accès plus difficile au financement pour les femmes !

En revanche, la moyenne de ces financements est de 51 K€ pour les femmes, contre 66 K€ pour les hommes, sans que la répartition des montants ne marque en elle-même une grande différence pour les petits montants ; l'écart se creuse pour des montants supérieurs à 25K€, plus nombreux chez les hommes.

Un accompagnement de la part des banques au démarrage de l'activité est davantage perçu par les femmes que par les hommes : lors du lancement, 60 % des femmes contre 52 % des hommes déclarent avoir été « suffisamment » accompagnés et 25 % (vs 32 %) déclarent « ne pas l'avoir été assez ». Sans surprise, les femmes à l'origine de reprises ou de rachats d'entreprises se sont senties également mieux accompagnées (75 %).

### 2.3.2. Le développement

Le Baromètre Caisse d'Épargne fournit ici aussi des informations intéressantes, même s'il n'est pas possible de croiser avec d'autres variables de façon à raisonner toutes choses égales par ailleurs, et d'isoler ainsi les éventuelles sous-catégories d'hommes ou de femmes qui seraient responsables des écarts moyens sur certains items. De plus l'échantillon étudié se limite aux entreprises de moins de dix salariés et à celles de moins de trois ans d'âge et, une fois de plus, mélange travailleurs indépendants et sociétés.

Selon le Baromètre, passé le démarrage de l'activité, les femmes sont moins nombreuses que les hommes à effectuer des investissements : 43 % seulement, contre 56 % pour les hommes, déclarent avoir réalisé au moins un investissement financé. Parmi celles qui le font, de la même manière que les hommes, c'est par recours à des emprunts bancaires ou à des réserves de l'entreprise<sup>39</sup>. Dans les deux cas, les proportions sont moindres pour les femmes (respectivement 32 %, contre 42 % pour les hommes ; 17 %, contre 27 %). Pourtant, la « taille » moyenne de l'investissement n'est pas sensiblement plus petite pour les femmes (48,5 K€) que pour les hommes (51 K€). Mais derrière ce chiffre moyen de 48,5 K€ se cache une part élevée de petits investissements. Si les montants supérieurs à 25K€ correspondent, pour les femmes comme pour les hommes, à environ 40 % du total des répondants, les financements de moins de 8K€ représentent 36 % des montants investis pour les femmes, contre seulement 22 % pour les hommes. Nous faisons, ici encore, clairement face à un entrepreneuriat des femmes à au moins deux vitesses.

<sup>38</sup> Voir plus loin une analyse détaillée des dispositifs publics d'accompagnement à la création.

<sup>39</sup> Les autres sources de financement sont les financements de réseaux (4 % pour les femmes comme pour les hommes), les subventions (5 % pour les femmes vs 4 % pour les hommes), les apports en capital d'autres sociétés (1 % vs 0 %), les augmentations et ouvertures de capital (2 % pour les hommes comme pour les femmes).

### 2.3.3. La gestion courante

Nous avons précédemment noté qu'à la création, les femmes se sentent mieux accompagnées par leur banque que les hommes. La différence disparaîtrait avec le temps car elles ne sont plus que 53 % (contre 51 %) à se dire suffisamment accompagnées par leur banque dans leur gestion courante (une fois le temps de la création passé). En revanche, elles restent davantage en confiance avec leur banquier que les hommes : 53 % vs 44 % trouvent que leur conseiller bancaire leur fait confiance dans leur projet professionnel.

### 2.3.4. Une meilleure compréhension du financement grâce à une typologie

Malgré cela, il persiste un sentiment d'inégalité : 28 % des femmes entrepreneurs interrogées pour le Baromètre Caisse d'Épargne continuent de penser qu'il est plus difficile pour une femme d'obtenir des financements, essentiellement parce que les banques font davantage confiance aux hommes. À la question « pourquoi ? », 56 % d'entre elles imaginent que les femmes porteuses de projet hésitent davantage à demander une aide à leur banque, 40 % considèrent que les activités choisies par les femmes génèrent moins de bénéfices et 18 % estiment que les montages financiers des femmes sont moins solides que ceux des hommes. On trouve là des stéréotypes très marqués qui biaisent sans doute la perception de la réalité. En admettant que ce soit le cas, il est toutefois plus difficile d'interpréter le dernier argument avancé : la crainte (du banquier) que les femmes aient du mal à concilier vie professionnelle/vie familiale (4 % des réponses).

Les femmes entrepreneurs ne sont que 11 % à connaître le FGIF (17 % parmi les créations les plus récentes et 33 % parmi celles qui ont été aidées par des réseaux d'accompagnement au démarrage de leur activité). Ce chiffre est très faible et *France Active* doit poursuivre la mise en place de conventions avec les banques pour favoriser la communication sur ce thème.

Au-delà de ces résultats, que peut-on conclure ? Qu'il existe quelques catégories spécifiques, sans doute sources de l'écart homme/femme en matière de financement : certaines femmes au chômage ; les moins diplômées et les moins jeunes ; les femmes créatrices d'entreprises innovantes (pour partie au moins) ; et enfin les femmes entrepreneurs.

Grâce à la totalité de l'enquête SINE, il sera possible de valider ces hypothèses et de montrer que les biais en termes de choix sectoriel, notamment, sont fortement réduits. Peut-être certains sous-secteurs présenteront encore des spécificités qu'il conviendra de traiter en tant que telles. L'interrogation initiale sur l'accès au financement en sera réduite considérablement. Il subsistera bien sûr des stéréotypes de genre dans la demande de financement et dans l'offre, qu'il s'agisse du secteur bancaire ou du secteur du capital investissement, mais l'essentiel des divergences pourra être mieux piloté. Le projet du gouvernement d'une charte que les banques signeraient sur le thème de l'accès au financement des femmes entrepreneurs ne peut qu'aider à réduire ces difficultés et notamment à favoriser l'accès des créateurs à l'information sur les aides et réseaux existants.

Concernant les projets innovants, mettre en place un fonds de garantie du même type que le FGIF mais visant à garantir le capital (et non les prêts bancaires comme le FGIF) à l'amorçage comme au niveau du développement serait envisageable. Ces deux outils, aux côtés des dispositifs OSÉO existants, reviendraient finalement à une tarification préférentielle des garanties dettes et fonds propres pour les projets innovants portés par des femmes. Ils favoriseraient l'inclusion des entreprises les plus dynamiques créées par des femmes dans les réseaux du capital risque et leur accès au financement.



En conclusion, parmi les créateurs, il n'y a pas de différence dans la contrainte de financement, excepté pour certaines catégories bien spécifiques de création. On ne peut nier que certains créateurs éprouvent des difficultés d'accès au financement, mais ces difficultés ne sont pas spécifiques aux femmes. Sans données supplémentaires (comme le nombre de personnes qui auraient renoncé, faute de financement), rien ne nous permet d'affirmer que les femmes souffrent effectivement d'un différentiel d'accès au financement lors de la création comme au cours du développement de leur entreprise.

Certes, ce résultat est également lié au fait que les projets féminins sont en moyenne moins ambitieux que ceux des hommes, avec un levier bancaire plus faible. Mais là encore, il semble possible d'identifier les types de projets à l'origine de l'essentiel de l'écart moyen. On peut toutefois se demander dans quelle mesure le type d'entreprise créé par des femmes devrait être similaire à celui d'entreprise créé par des hommes, et donc nécessiter le même type de financement. Certains se posent explicitement (Marlow *et al.*, 2008) cette question, d'autres moins directement, nous l'aborderons dans la troisième partie.

## 2.4. Accès à des aides publiques et accompagnement à la création d'entreprise

Depuis une trentaine d'années, il existe en France une très grande palette de dispositifs de soutien à la création d'entreprises<sup>40</sup>. Ces mesures ont pour objectif de réduire le chômage en permettant à ceux qui le souhaitent de créer leur propre emploi et de développer les entreprises innovantes afin de créer les emplois de demain. Un troisième objectif, plus diffus, vient s'ajouter, visant à simplifier les procédures de création, améliorer l'accompagnement des créateurs en amont (incubateur) ou en aval (suivi) de la création, aider financièrement les créateurs de manière directe ou indirecte, faciliter leur accès à des prêts bancaires ou à des investisseurs. Parallèlement, à des dispositifs nationaux dans lesquels Pôle Emploi, OSÉO et la Caisse des Dépôts jouent un rôle important, s'ajoutent des dispositifs issus de collectivités territoriales, régions ou départements, qui visent également à dynamiser le tissu économique local. Le rapport de la Cour des Comptes sur les dispositifs d'appui à la création d'entreprises<sup>41</sup> souligne que ces trois objectifs de politique publique ne font pas l'objet d'une stratégie d'ensemble et que l'on observe plutôt un mélange d'objectifs ou que ceux-ci sont visés à travers la mise en œuvre d'autres politiques.

### 2.4.1. Des aides à la création orientées vers les demandeurs d'emploi

Le premier axe est le plus ancien et le plus coûteux pour l'État. Le dispositif ACCRE (Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'Entreprises), qui se situe entre incitation à sortir du chômage et encouragement à la création d'activité, existe depuis 1977 et a subi de nombreux ajustements. Consistant en une exonération de cotisations sociales pendant un an, il bénéficie aux chômeurs et aux bénéficiaires de minima sociaux. Mais de nombreux autres dispositifs existent pour encourager les chômeurs à la création d'entreprise, comme l'aide à la reprise ou création d'entreprise versée par Pôle emploi (l'ARCE, subvention directe sous forme de capital), ou le cumul de l'allocation chômage avec les revenus de l'entreprise créée. Les bénéficiaires de minima sociaux (RSA et ASS) ont également la possibilité de conserver leur allocation ou bénéficient d'autres aides spécifiques comme le dispositif Encouragement au Développement

---

<sup>40</sup> Ils sont notamment détaillés dans Cour des Comptes (2012).

<sup>41</sup> *Ibid.*

d'Entreprises Nouvelles (Eden) qui vise à faciliter l'accès des créateurs ou repreneurs d'entreprise au crédit bancaire<sup>42</sup>.

## Encadré 2

### Créer son emploi

Un grand nombre d'actions vise l'aide à la création d'entreprises unipersonnelles (« créer son emploi »), partant du principe qu'une bonne partie des créations d'entreprises par des femmes sont le fait de chômeuses ou de sans-emplois.

La création d'entreprise par un chômeur semble une bonne idée par ses effets multiples et positifs. C'est ce qu'étudient Caliendo et Künn (2012) dans le cas de l'Allemagne. Montrant que les dépenses actives de formation pour les chômeurs sont coûteuses et sans grands effets, la création d'entreprise d'une part crée un emploi qu'on peut espérer plus flexible et donc mieux adapté aux femmes, d'autre part peut générer de la valeur ajoutée et d'autres emplois. Seul effet négatif selon eux : la baisse de la fécondité chez les femmes allemandes<sup>43</sup>. Ces auteurs ont travaillé à partir de données sur longue période liées à deux programmes d'aide à la création d'entreprise (ils étudient la situation des femmes qui ont bénéficié de ces programmes, cinq ans plus tard). Le bilan est sans conteste positif financièrement pour l'État, mais une légère baisse de la fertilité est enregistrée.

Un bilan macroéconomique considérant la forte propension à consommer de cette population et faisant apparaître un multiplicateur élevé de dépenses publiques peut être vu positivement ; de même, le fait d'aider au retour vers le marché du travail évite la dégradation du capital humain et a un impact positif sur la croissance potentielle ; enfin, une première expérience d'entrepreneuriat est ainsi offerte et nous avons vu combien l'expérience compte en matière d'entrepreneuriat... Néanmoins, un tel objectif de politique publique n'est pas sans danger et il faut veiller à ce que l'entrepreneuriat ne soit pas une forme dégradée d'emploi. Nous avons également souligné le taux d'échec important qui serait lié à cette forme d'entrepreneuriat.

Le soutien à la création d'entreprise par des chômeuses semble être un succès en France<sup>44</sup>. Ceci est notamment confirmé par les résultats économétriques obtenus à partir de l'enquête GEM. La France se distingue en matière de création d'entreprise par la forte propension des sans-emplois à créer une entreprise. On note en effet (voir ANNEXE 3) que, lorsqu'on étudie globalement l'échantillon des huit pays, le fait d'être femme sans emploi est très significativement un frein, avec un rapport de chance inférieur à 1. Si l'on fait l'analyse pays par pays, l'Espagne surtout, puis le Royaume-Uni et enfin les États-Unis ont des rapports nettement inférieurs à 1 ; en France en revanche, les femmes sans emploi présentent une propension plus forte que la moyenne à créer des entreprises (rapport supérieur à 1).

<sup>42</sup> Créé en 1999, Eden est une avance remboursable sur cinq ans prioritairement destinée aux jeunes, aux bénéficiaires de minima sociaux, aux salariés repreneurs de leur entreprise en difficulté, aux demandeurs d'emploi seniors, qui entraîne automatiquement le bénéfice de l'ACCRE.

<sup>43</sup> On pourrait s'étonner de l'absence de recommandations en matière de crèches et de cantines dans une telle analyse.

<sup>44</sup> Pour l'ensemble hommes et femmes, le résultat n'est en revanche pas évident en comparaison internationale, puisque dans plusieurs pays de notre échantillon, il est plus fréquent de se lancer lorsqu'on est au chômage que lorsqu'on est en emploi, ce qui n'est pas le cas en France.

À partir des données de l'enquête SINE, on observe une très forte prépondérance des aides destinées aux demandeurs d'emploi (tableau 15). Les femmes bénéficient en moyenne de plus d'aides que les hommes au lancement de leur projet, que ce soit pour une reprise ou pour une création d'entreprise. La première source d'aide où l'on observe des différences hommes/femmes est l'ACCRE, dont bénéficient 26 % des femmes créatrices et 21 % des repreneuses. Le dispositif Eden s'adresse à une population assez large mais son utilisation est faible. Il a d'ailleurs été remplacé depuis 2009 par le dispositif NACRE (Nouvel Accompagnement pour la Création et la reprise d'Entreprise), dont les bénéficiaires potentiels sont les mêmes que ceux de l'ACCRE. NACRE propose au porteur de projet de création ou de reprise un accès pendant les trois premières années à un ensemble de services afin de l'aider à finaliser son projet, optimiser le démarrage avec un appui à l'établissement de relation de qualité avec une banque, et aider au développement de son activité<sup>45</sup>. Les exonérations de charges sociales pour la (ou les) premières années d'existence concernent les bénéficiaires de l'ACCRE et les entreprises ayant le statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI). Cela explique notamment le faible taux de bénéficiaires de ce dispositif. On n'observe pas de différence entre hommes et femmes dans le recours aux exonérations de charges sociales ou d'impôts. En complément de ces mesures et ciblant expressément les demandeurs d'emploi, on constate un recours à des mesures locales ou régionales encourageant aussi la création, ainsi qu'au Prêt à la Création d'Entreprise (PCE) d'OSÉO, produit de première bancarisation sans discrimination, quant aux bénéficiaires<sup>46</sup>.

**Tableau 15**  
Les aides à la création d'entreprises (en %)

	Reprise		Création	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
ACCRE	20,5	17,2	26,2	21,0
Eden	1,9	1,1	1,6	1,5
Prêt à la création d'entreprise	2,9	1,3	4,5	4,7
Région/Département/local	2,5	2,5	2,9	2,1
Exonération des cotisations sociales/Impôts	7,0	6,7	12,6	13,1
Aucune aide	65,2	71,3	52,2	57,6

Source : Enquête SINE 2006.

La prépondérance des aides pour les demandeurs d'emploi est flagrante. De plus, comme le rappelle le rapport de la Cour des Comptes, la plupart sont des aides « guichet », non adossées à une évaluation du projet entrepreneurial ou de sa pérennité. L'APCE par exemple, est versée en deux fois sans vérification du projet entrepreneurial, contrairement à l'Allemagne où le versement d'une allocation égale au montant de la dernière indemnité chômage complétée de 300 euros, puis de 300 euros mensuels pendant neuf mois est versée sous condition, tout d'abord validation du projet entrepreneurial puis justification de l'évolution de l'activité entrepreneuriale<sup>47</sup>.

<sup>45</sup> Piloté par le ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social, dans le cadre d'un partenariat avec la Caisse des Dépôts, cet appui technique peut être complété par l'octroi d'un prêt à taux zéro et l'engagement de suivre pendant trois ans un accompagnement au démarrage et au développement.

<sup>46</sup> Le dispositif s'adresse particulièrement aux jeunes et petites entreprises, puisque seules les entreprises au plan de financement inférieur à 45 000€ peuvent bénéficier d'un prêt compris entre 2 000 et 7 000€.

<sup>47</sup> Exemple cité dans Cour des Comptes, *ibid*.

Il est rare qu'un créateur ne bénéficie que d'un seul dispositif de soutien ce qui rend par ailleurs difficile leur évaluation. Outre l'absence de lisibilité du millefeuille de ces aides proposées à de nombreux niveaux qui appelle, selon la Cour des Comptes, à réduction et clarification, le faible niveau effectif des dispositifs d'accompagnement de la majorité des entrepreneurs pose question.

En effet, la majorité des créateurs et repreneurs d'entreprise (et davantage les hommes) n'ont bénéficié d'aucune aide au lancement du projet. Si l'on enlève les entreprises innovantes (traitées par ailleurs), le ciblage des aides à la création ne concerne que les chômeurs et bénéficiaires de minima sociaux qui créeront avant tout leur propre emploi ou une TPE. La Cour des Comptes établit la répartition des 2,74 milliards d'euros d'aides nationales consacrées au soutien à la création d'entreprise : parmi elles, 1,57 milliard d'euros concerne les chômeurs, 267 millions les entreprises innovantes et 252 millions les entreprises « classiques » (le reste étant réparti entre plusieurs catégories : incitations au capital-risque, participation en capital, etc.). Sur les 252 millions d'euros consacrés aux entreprises classiques, 243 millions sont attribués au statut d'auto-entrepreneur. La part dédiée aux « gros » de la création d'entreprise ne bénéficie de quasiment aucun dispositif, sauf des incitations indirectes à l'investissement en capital risque et quelques mesures de simplification de statut. Il y a là une incitation pour les futurs créateurs d'entreprise à tenter d'obtenir un statut de demandeur d'emploi transitoire afin de bénéficier de l'accompagnement financier et de faire mûrir leur projet. Mais on peut se poser la question coût/avantage d'une aide réallouée en faveur de ces entreprises aujourd'hui hors cible. Dans le cas de l'entrepreneuriat féminin, notre réponse va plutôt vers un *statu quo*, puisque nous avons identifié justement ces deux cibles (chômeurs, innovation) comme les deux foyers principaux de disparité entre hommes et femmes. Certes, nous verrons plus loin que la question de la pérennité de l'entreprise rend le diagnostic encore plus délicat à réaliser. Néanmoins, nos résultats ne justifient pas de remettre en cause les dispositifs actuels et leur impact sur la création d'entreprise par les femmes.

#### **2.4.2. Le Fonds de garantie à l'initiative des femmes**

*France Active* a réalisé en 2009 une enquête auprès de 200 femmes entrepreneurs environ, réparties également entre celles qui ont bénéficié du Fond de Garantie à l'Initiative des Femmes (FGIF) et celles qui n'en ont pas bénéficié (sans que l'on sache si cela leur a été refusé, si elles ont choisi de ne pas y avoir recours, ou si elles n'en connaissaient pas l'existence).

Si des différences de motivation entre les deux sous-populations existent, « Être son propre patron » ou « Ce projet leur tenait à cœur » sont nettement plus souvent indiquées par les femmes ayant bénéficié du FGIF (respectivement 67 %, contre 56 % et 62 %, contre 48 %), la motivation financière (« Gagner plus d'argent ») semble en revanche la même (7 % contre 8 %).

Ces femmes ne semblent pas avoir recherché à se rassurer au travers de la garantie : elles indiquent par exemple, dans les difficultés rencontrées avant et pendant la création, leurs « Propres peurs et propres doutes » à hauteur de 27 % contre 32 %. En revanche, il s'est sans doute agi de rassurer l'entourage : la difficulté « Les peurs et les doutes de vos proches » est citée à hauteur de 21 % pour les bénéficiaires du FGIF, contre seulement 13 % pour les autres femmes entrepreneurs.

Les « Problèmes administratifs » ou les « Difficultés pour trouver les informations utiles » qui pourraient témoigner d'un manque de savoir-faire sont très souvent cités par les deux sous-populations (respectivement 43 % contre 44 % et 22 % contre 26 %). Le « Manque d'expérience » n'est directement cité que par 10 % des bénéficiaires du FGIF contre 14 % pour les autres femmes entrepreneurs. Le « Manque d'accompagnement » (13 % contre 23 %) marque un très fort écart, mais qui risque d'être biaisé par le fait que le recours au FGIF va avec un

accompagnement de fait. D'ailleurs le biais de sélection est confirmé par les réponses à la question « Durant tout votre projet, diriez-vous que vous avez eu suffisamment accès à l'information concernant les aides spécifiques dont peuvent bénéficier les femmes créatrices d'entreprises ? » : les bénéficiaires du FGIF sont en effet 76 % à répondre « tout à fait » ou « plutôt oui », contre 37 % pour les non bénéficiaires.

Enfin, les femmes ayant eu recours au FGIF témoignent beaucoup plus fréquemment de « Difficultés de financement » (44 % contre 31 %) et d'un « manque d'intérêt des financeurs » (30 % contre 16 %). Au bout du compte, elles indiquent à 72 % (contre 57 %) que leur banque les a suffisamment accompagnées lors du lancement et du démarrage de leur projet, réponse où l'on ne peut pas rejeter l'hypothèse d'une gratitude. D'ailleurs, les réponses à la question de l'accompagnement ultérieur n'indiquent plus de différences entre les deux sous-populations.

Une interprétation possible de ces divergences, mais qui reste à confirmer, serait que les femmes ayant recours au FGIF dimensionnent leur projet initial de façon plus ambitieuse. Cause ou conséquence, car elles se voient alors mieux accompagnées, et obligées d'une certaine façon à structurer et à piloter plus leur démarche, les entreprises ayant bénéficié du FGIF sont plus pérennes que les autres (80 % contre 60 %).

Favoriser le recours au FGIF – par l'information – et le compléter comme proposé précédemment par un fonds de garantie en fonds propres serait une façon ciblée et efficace d'aider au développement de l'entrepreneuriat féminin.

## 2.5. Les spécificités de l'entreprise innovante

L'innovation constitue elle aussi un enjeu important de l'entrepreneuriat féminin. En effet, les femmes sont dans la plupart des pays de l'OCDE sous-représentées dans les secteurs innovants.

La Commission européenne (2008) souligne les différences de comportement en fonction du genre : seulement 8,3 % des brevets déposés au bureau des brevets européens sont le fait de femmes. De même, les jeunes entreprises innovantes bénéficiant des fonds de capital-risque ne sont qu'à 20 % détenues par des femmes. Ce chiffre rapporté par la Commission est issu de l'enquête européenne *Factors of Business Success* qui date de 2005 et qui constatait que les créateurs déclarant avoir été motivés par la concrétisation d'un nouveau produit ou service se répartissaient à hauteur de 75 % / 25 % entre hommes et femmes au niveau européen, et 80 % / 20 % dans le cas de la France. La Commission présente également des chiffres qui estimeraient la part des entreprises high-tech détenues par des femmes entre 5 et 15 % du total, seulement.

Cette faible représentation des femmes dans les secteurs de l'innovation a conduit certains pays tels que l'Allemagne ou la Pologne à avoir des interventions ciblées sur les secteurs scientifiques et technologique<sup>48</sup>. Certains travaux (par exemple Kamariah *et al.*, 2012) évoquent le manque de moyens et les objectifs mêmes que les femmes poursuivent plus souvent que les hommes (« push » versus « pull »). La question se pose pour la France où, selon OSÉO, seules 8 % des créations d'entreprises innovantes sont le fait de femmes, et il convient d'identifier les raisons de cette sous-représentation des femmes dans les secteurs innovants.

---

<sup>48</sup> En Allemagne par exemple, l'Agence nationale pour l'entrepreneuriat féminin soutient l'entrepreneuriat féminin scientifique et technologique.

### 2.5.1. Les orientations scolaires et universitaires

La réponse principale tient aux choix scolaires et universitaires des jeunes femmes. La proportion des femmes dans les écoles d'ingénieur rend mécaniquement peu ouvert aux femmes un système où l'innovation technologique domine. Là, comme déjà évoqué, ce sont les représentations en amont qui nécessitent une évolution, ou, nous l'avons également vu, un travail favorisant les expériences de création mixte, non seulement en termes de genre, mais également entre ingénieurs et autres types de formation. Les orientations au niveau du 3<sup>e</sup> cycle semblent déterminantes. Il est important d'intervenir sur les représentations plus en amont, au niveau du secondaire en particulier. Mais le travail à conduire en écoles de management, d'ingénieur comme dans les universités ne doit pas être minimisé. Il serait radical de redessiner les différents titres comme celui d'ingénieur en vue de modifier radicalement des représentations inutilement masculines de tels apprentissages.

### 2.5.2. Des représentations ici encore défavorables

Une seconde raison tient dans les perceptions des adultes. En France, les femmes se perçoivent dans leurs entreprises comme moins « innovantes » que les hommes (voir *GEM Women's report 2010*, par exemple) alors qu'en moyenne, sur l'ensemble des pays, les femmes se déclarent aussi fréquemment innovantes que les hommes. L'enquête-bilan réalisée par OSÉO confirme que le biais subjectif étudié en première partie de notre étude concerne tout autant les entreprises innovantes : on retrouve bien les inquiétudes déjà notées plus fréquemment chez les femmes : peur d'échouer (36 % contre 28 % chez les hommes), besoin d'être entouré (13 % contre 5 %), peur de ne pas avoir les bonnes compétences (29 % contre 16 %), etc. En revanche, les femmes « innovantes » sont moins inquiètes sur les perturbations potentielles que la création d'entreprise innovante pourrait avoir sur leur situation socio-professionnelle (perte de capital, situation précaire, déséquilibre entre vie de famille et vie professionnelle), ce qui les favorise dans l'univers de l'innovation, que l'on peut supposer plus régi par une logique de prise de risque.

### 2.5.3. Un manque de moyens financiers pour un investissement innovant

Enfin, une troisième raison, liée au manque de moyens serait également confirmée dans le cas français. Les entreprises innovantes sont celles qui ont l'investissement de départ le plus élevé<sup>49</sup> (40k€ de valeur médiane pour le capital social des créations d'entreprises innovantes, contre 8K€ dans le cas général). OSÉO souligne la dispersion des configurations observées mais précise que les femmes portent des projets de moins grande dimension que les hommes. Qu'il s'agisse d'accès au financement ou de différences dans les patrimoines, ce résultat est en ligne avec l'ensemble de nos observations.

En France, les entreprises innovantes bénéficient d'aides spécifiques avec un montant unitaire supérieur aux dispositifs d'accompagnement des demandeurs d'emploi, mais pour un coût total moindre en raison de leur faible nombre. Le dispositif de Jeune entreprise Innovante (JEI)<sup>50</sup> permet une exonération de charges sociales et/ou fiscales et a concerné 4 400 entreprises depuis sa création en 2004<sup>51</sup> ; il devrait diminuer du fait de récentes dispositions restrictives. OSÉO verse

---

<sup>49</sup> Source OSÉO, 2012. L'analyse des données de l'enquête SINE ne donne pas le même résultat. On ne peut cependant pas simplement exploiter la variable qualifiant l'innovation dans cette enquête, car il s'agit d'une variable construite synthétiquement à partir de déclarations des enquêtés sur des questions élargissant le concept par rapport à celui retenu notamment par OSÉO.

<sup>50</sup> Il existe également un dispositif pour les jeunes entreprises universitaires (JEU) mais le nombre très faible de crédits alloués aux JEU appelle, selon la Cour des Comptes à une suppression ou fusion de ce statut afin d'éviter la gestion séparée des deux dispositifs.

<sup>51</sup> Cour des Comptes, *ibid.*

également des subventions directes aux créateurs d'entreprises innovantes (35 à 40 dossiers par an) et organise un concours national d'aide à la création d'entreprises dans les technologies innovantes (subventions directes favorisant majoritairement les projets issus d'incubateurs publics ou de la recherche publique). Dans un second temps, l'investissement de ces entreprises est encouragé à travers les exonérations fiscales liées à l'investissement des particuliers dans les Fonds Communs de Placement dans l'Innovation. Les dispositifs d'accompagnement des entreprises innovantes concernent finalement un nombre très restreint d'entreprises, avec un accent mis nettement sur l'innovation technologique ainsi que beaucoup de moyens investis sur la valorisation de la recherche publique. Enfin, l'impact de ces dispositifs est difficile à mesurer en raison du recours des entreprises à d'autres dispositifs ciblant également l'innovation (crédit impôt recherche, subventions OSÉO).

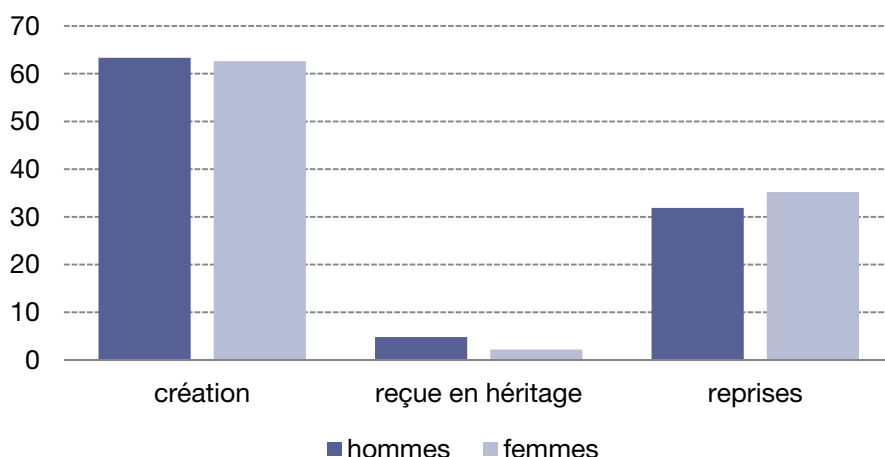
En termes de politique économique, la question des moyens peut être traitée comme indiqué *supra* par la mise en place d'un fonds dédié aux femmes tel que le FGIF et visant à offrir aux sociétés de capital-risque ou autres investisseurs de long terme des garanties en capital et pas seulement des garanties sur l'endettement.

## 2.5. Création, reprise ou entreprise héritée

La reprise d'entreprise est un enjeu important pour l'avenir, en raison du vieillissement de la population et de l'augmentation probable du nombre des transmissions d'entreprises (Counot et Mulic, 2004). Cependant, les raisons du rachat ou de la transmission d'entreprise ne se ramènent pas nécessairement au départ à la retraite du dirigeant. Nous manquons cependant d'études spécifiques étudiant les repreneurs d'entreprise en particulier. À partir de l'enquête SINE, nous pouvons qualifier quelques-uns de leurs traits communs, analyse insuffisamment faite dans la littérature traitant de l'entrepreneuriat féminin. Par ailleurs, comme précisé *supra*, la distinction entre entreprises reprises et créées (pérennité, montant de l'investissement initial, emprunt bancaire, etc.) est présente dans le reste de notre analyse.

Les femmes reprennent davantage d'entreprises que les hommes (19 % contre 12 %, voir Enquête SINE 2009, création 2006). Cette spécificité peut s'expliquer par leur plus grande aversion au risque. La reprise d'une entreprise semblant moins risquée, de par l'existence d'un fonds de commerce, d'employés, d'une clientèle ou d'un marché, il se peut que les femmes choisissent de limiter de cette façon leur prise de risque lors du lancement d'un projet entrepreneurial. L'enquête Patrimoine (graphique 11) confirme cette plus forte propension des femmes à diriger des entreprises reprises et non créées (35,2 %, contre 31,9 % chez les hommes). Par ailleurs, elle permet de distinguer les reprises des entreprises reçues en héritage et ainsi, de contrer le stéréotype voulant que les femmes reçoivent davantage d'entreprises en héritage. En effet, seules 2,2 % des entreprises dirigées par des femmes sont des héritages, contre 4,8 % des entreprises dirigées par des hommes.

Graphique 11  
Part des entreprises créées, reprises et héritées  
en fonction du genre (en %)



Source : Enquête Patrimoine 2010.

Aux vues de cette propension supérieure des femmes à reprendre des entreprises, on serait tenté d'encourager encore davantage leur entrée dans l'entrepreneuriat à travers la reprise. Il faut cependant souligner le grand nombre d'aides existant déjà en faveur de la reprise d'entreprise. En sus de celles existant pour la création et qui sont généralement applicables à la reprise d'entreprise (NACRE, exonération des charges sociales, etc) il existe de très nombreuses aides facilitant spécifiquement la reprise d'entreprises, que ce soit des incitations fiscales dans le cas général (réduction d'impôt pour reprise de société financée par un prêt, pour souscription à une augmentation de capital, exonération lors de la reprise d'entreprise en difficulté) ; des mesures fiscales dans des cas particuliers (abattement des droits de mutation en cas de donation aux salariés d'un fonds de commerce, d'entreprise reprise en zone de revitalisation rurale ou des droits d'enregistrement en cas d'une donation ou d'une succession) ; ou des aides financières (OSÉO propose un Fonds National de Garantie Transmission des PME et TPE qui offre des garanties, ainsi qu'un contrat développement transmission qui octroie un crédit pour faciliter le rachat). Les femmes allant naturellement vers la reprise d'entreprise, et le nombre d'aides existantes étant déjà élevé, il ne nous apparaît pas judicieux de les inciter davantage à s'orienter vers un projet entrepreneurial moins risqué, en les faisant bénéficier d'aides supplémentaires.



### III Performances

En amont de la création d'entreprise, les femmes rencontrent des freins à la création ou au lancement d'une activité auxquels les hommes se heurtent dans une moindre mesure. Le prisme de la création ne doit pas toutefois être le seul retenu pour étudier l'entrepreneuriat féminin. En particulier, il est important d'étudier si des différences hommes-femmes subsistent durant le développement de l'entreprise. Peut-on identifier des différences majeures entre les entreprises gérées par des femmes et celles gérées par des hommes pour des raisons indépendantes des biais sectoriels précédemment évoqués? Si les entreprises dirigées par des femmes sous-performent par rapport à celle dirigées par des hommes, il convient d'en comprendre les raisons afin de les accompagner dans les phases où elles rencontrent des problèmes spécifiques. Au contraire, si elles surperforment, cela justifie en amont une politique active pour lever les freins à l'entrepreneuriat féminin.

C'est dans cette perspective que nous étudions les performances des entreprises créées ou dirigées par les femmes. Différents indicateurs sont utilisés pour mesurer les performances des entreprises notamment la croissance en termes d'emploi, l'évolution du chiffre d'affaires, le taux de marge. L'enquête SINE fournit des indicateurs sur l'ambition, l'innovation, l'internationalisation et surtout les taux de pérennité<sup>52</sup>. Puis nous enrichissons cette analyse portant sur les premières années après la création de l'entreprise, par l'exploitation de la base de données *Women Equity* qui porte sur les entreprises réalisant plus de 4 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ceci permet d'élargir l'analyse à l'entrepreneuriat féminin entendu comme les femmes présentes dans les instances de direction et d'approfondir l'étude des performances des entreprises en fonction du genre de leur dirigeant à l'aide d'indicateurs plus fins et annuels.

Le puzzle évoqué en introduction se retrouve à travers ces analyses extraites de l'enquête SINE d'une part et de la base de données *Women Equity* ou des résultats présentés par l'OCDE d'autre part : les entreprises dirigées par des femmes ont des performances au moins aussi bonnes que celles dirigées par des hommes en moyenne, en revanche leurs taux de pérennité sont plus faibles sur les trois ou cinq premières années.

Cette contradiction peut s'expliquer par un biais de sélection : les entreprises dirigées par des femmes qui survivent et croissent sont plus performantes en moyenne. Par ailleurs, raisonner en moyenne masque une forte hétérogénéité parmi les femmes entrepreneurs ou dirigeantes d'entreprise. En distinguant les types de profils d'entrepreneurs, nous apportons un éclairage nouveau à ce puzzle : selon le profil des entrepreneurs et des entreprises, les taux de pérennité des entreprises dirigées par des femmes ne sont pas forcément inférieurs et sont même parfois supérieurs à ceux d'entreprises créées ou reprises par des hommes.

Comme indiqué *supra*, nous ne disposons pas de l'intégralité de la base de données SINE 2006 pour cette étude. La suite des analyses sur les performances et le développement des entreprises à trois et cinq ans est réalisée sans pouvoir contrôler le biais sectoriel, exception faite du tableau des taux de survie et de l'équation de taux pérennité tirés des travaux de l'Insee. À noter que ces deux tableaux statistiques, même s'ils nous permettent de contrôler le biais sectoriel, ne sont pas suffisants pour notre analyse dans la mesure où ils ne font pas la distinction entre les indépendants, les créateurs et les repreneurs.

---

<sup>52</sup> Il existe des questions sur le chiffre d'affaires et son évolution dans les enquêtes SINE mais le taux de non-réponses ne permet pas d'en tirer des résultats intéressants.

## 3.1. L'ambition

### 3.1.1. Développement et dimensionnement

L'ambition, entendue ici comme les perspectives à court et moyen terme de création d'emploi et de croissance, et le dimensionnement – taille de l'entreprise – constituent des éléments importants à l'aune desquels envisager des politiques publiques à destination des femmes entrepreneurs. De nombreux rapports font en effet référence à un sous-dimensionnement des entreprises créées par des femmes et des ambitions de croissance et d'emploi différentes selon le genre. Est-ce vraiment le cas en France ? Si c'est le cas, quelle est la part à imputer au type d'activité choisie (secteur, taille d'entreprise, etc) et à une ambition moindre chez les femmes que chez les hommes ?

### 3.1.2. Des ambitions affichées plus faibles, pas de différence en termes de création d'emplois

L'ambition mesurée par le nombre d'emplois que les entrepreneurs envisagent de créer à cinq ans est plus faible chez les femmes que chez les hommes (Dans l'enquête GEM, pour la France, entre 2001 et 2009 : 20 contre 10 en moyenne, 3 contre 2 en médiane). Dans l'enquête SINE, il est également demandé en 2006 aux créateurs quelles sont leurs perspectives d'embauche à trois ans mais le taux de réponse très faible ne permet pas d'en tirer des conclusions.

On retrouve ces ambitions modérées en termes de création d'emplois dans la taille des entreprises existant depuis plus de trois ans, plus modestes en moyenne lorsqu'elles sont managées par des femmes. En revanche, cela n'est pas le cas lorsqu'on étudie la création d'emplois pour l'ensemble des pays de l'OCDE<sup>53</sup>, les entreprises détenues par des femmes créent autant d'emplois que celles détenues par les hommes (les taux de croissance de l'emploi sur trois ans sont similaires pour les deux catégories).

À l'obtention des données SINE, nous serons en mesure de vérifier l'évolution effective de la taille des entreprises créées en 2002 et 2006, en termes d'emplois, selon le genre de l'entrepreneur. Nous verrons si la similarité des taux de croissance pour les hommes et les femmes soulignée par l'OCDE se retrouve en France, en contrôlant pas la taille initiale de l'entreprise et le secteur d'activité.

### 3.1.3. Croissance et gains de productivité

Certains travaux indiquent que les femmes entrepreneurs aspirent plus à la croissance que les hommes (Enterprising Women, 2011). Selon cette étude menée à l'initiative de la banque Natwest au Royaume-Uni, 88 % des femmes, contre 74 % pour les hommes, prévoyaient de la croissance pour leur entreprise, à un taux de croissance espéré de 25 % en moyenne.

Elles seraient en revanche moins capitalistiques – ou dans des secteurs moins capitalistiques – et seraient donc à l'origine de moindres gains de productivité. L'OCDE juge toutefois l'écart en termes de productivité non significatif, une fois prises en compte les différentes spécificités d'âge, de taille et sectorielles notamment (OECD, *op. cit.*).

En France, lorsqu'on s'intéresse aux entreprises d'une certaine taille, cette tendance est même inversée. *Women Equity Partners*, à partir de données annuelles (2007 à aujourd'hui) compilées

---

<sup>53</sup> L'OCDE a une base de données individuelles sur les entreprises « genrées » ; à notre connaissance, c'est la seule (aussi exhaustive, à part celle constituée par *Women Equity Partner* dans le cas de la France).

sur 40 000 entreprises françaises réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 4 millions d'euros, met en avant que « les entreprises dirigées par des femmes (présidence ou direction générale) ont un taux de croissance sur trois ans significativement supérieur et une profitabilité moyenne supérieure sur des tailles similaires d'entreprises à celles des hommes. Elles témoignent également d'une plus grande résilience face à la crise. »

Ces surperformances pourraient venir d'une plus forte sélection chez les femmes dirigeantes que chez les hommes. En effet, si comme on l'a vu les barrières à l'entrée sont plus fortes pour les femmes que pour les hommes, il est probable que les créatrices ayant réussi à surmonter ces obstacles sont en moyenne plus compétentes ou armées pour lancer des projets performants et pérennes. Ces statistiques doivent donc être prises avec prudence. Cependant un enseignement majeur s'en dégage : en contrôlant par le secteur d'activité et la taille de l'entreprise il n'existe pas de différentiel significatif en termes d'ambition et de développement des entreprises en fonction du genre du créateur ou du dirigeant.

### *3.1.4. L'internationalisation*

Le seul point sur lequel les entreprises créées par les femmes « sous-performent » en termes de développement resterait l'internationalisation. D'après l'échantillon de pays que nous étudions à partir des données GEM, les femmes sont négativement associées avec une variable indiquant que plus de 25 % des clients sont à l'exportation (en prenant également en considération les secteurs d'appartenance). C'est vrai pour la France, de manière moins marquée pour l'Allemagne ou l'Italie, sauf lorsqu'on exclut les variables « d'intériorisation ». C'est très marqué au Royaume-Uni ou en Espagne. Les résultats sont toutefois assez fragilisés par la taille des échantillons dans les différents pays et secteurs.

Ce point est d'ailleurs relativement difficile à vérifier à travers les données de l'enquête SINE. Parmi les entreprises créées en 2006, 6,3 % des entreprises créées ou reprises par des femmes (contre 5,6 % pour les hommes) ont une clientèle internationale (tableau 18). Cette proportion s'inverse à trois ans puisque parmi les entreprises ayant survécu, seules 4,6 % de celles créées par des femmes sont présentes à l'échelle internationale (contre 6,1 % pour les hommes). Cette baisse de la part des femmes ayant une clientèle au niveau international ne peut s'expliquer ni par une plus forte cessation d'activité parmi les entreprises féminines qui sont présentes à l'international, ni par un recentrage plus marqué de la clientèle vers le marché national ou local. En effet, cet ajustement se faisant par les non-réponses, on ne peut en déduire que les entreprises créées ou reprises par les femmes sont à trois ans moins internationalisées que celles des hommes car il y a plus de non-réponses chez les femmes lors de la 2<sup>e</sup> interrogation.

L'étude OSÉO (2012) offre un éclairage intéressant sur l'internationalisation dans les entreprises innovantes. Selon ce rapport, « Il existe (...) une disparité significative selon le genre du porteur de projet. Les femmes portent en majorité des projets de CEI (Création d'entreprise innovante) de dimension nationale : plus de 60 % des créations par des femmes s'adressent à des marchés uniquement français, contre seulement 4 sur 10 pour les hommes. Toutefois, lorsque le projet cible uniquement des marchés de dimension internationale, la différence de comportement s'atténue fortement. Il y aurait donc deux types principaux de CEI au féminin, et sans demi-mesure : les nationales et les mondiales.»

**Tableau 18**  
**Origine géographique de la clientèle (en %)**

	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
	2006		2009*	
Locale ou de proximité	59,75	48,94	57,42	51,54
Régionale	20,06	27,29	20,18	24,01
Nationale	13,93	18,15	17,81	18,33
Internationale	6,26	5,62	4,58	6,12

\* Parmi les entreprises ayant survécu et concernées par la question.  
Source : Enquête SINE 2006, première et deuxième interrogations.

En termes d'internationalisation, il faut pondérer les conclusions. D'une part, les échantillons restent faibles, les questions mal répondues, et d'autre part, l'hétérogénéité de l'entrepreneuriat féminin, déjà largement soulignée précédemment, ne permet pas de conclure sur les moyennes apparentes. Rien ne permet de plaider en faveur d'une intervention spécifique en faveur des femmes, avant d'avoir identifié des secteurs ou des types d'activité dans lesquelles elles auraient intérêt et l'opportunité de s'internationaliser et où elles ne le feraient pas.

L'enquête SINE, lorsque nous aurons l'intégralité de la base, permettra d'étudier plus précisément la question de l'internationalisation en déterminant un profil d'entreprise ayant plus vocation à s'internationaliser. Nous pourrions ensuite vérifier deux points : i) les femmes sont-elles sous représentées dans cette catégorie d'entreprises ? ii) celles appartenant à ce type d'entreprise s'internationalisent-elles autant que les hommes ? À partir des réponses à ces deux questions, l'intérêt d'une intervention publique sera envisagé. Concernant le premier point, des initiatives visant à aider les femmes à dimensionner de manière plus ambitieuse leur projet sont possibles et sur le second point, des pratiques telles que le *mentoring* peuvent aider des entrepreneuses ayant un potentiel fort à l'internationalisation à accéder aux marchés étrangers.

### 3.2. Taux de pérennité

Un des indicateurs pour appréhender les performances des entreprises dans l'enquête SINE est le taux de survie des entreprises entre la première et la deuxième interrogation (à trois ans). Le taux de survie – part des entreprises toujours actives sur la période depuis la création – est cependant une mesure partielle de la performance puisque la cessation d'activité n'est pas forcément synonyme de défaillance de l'entreprise. En effet, certaines cessations peuvent être dues à des cessations d'activité ou à des motifs personnels et non d'ordre économique.

Les motifs de cessation d'activité diffèrent essentiellement sur deux points, entre hommes et femmes, à l'échelle internationale (*GEM Women's report, 2010*) : une opportunité de vente (part des réponses deux fois plus élevée pour les hommes) et les raisons personnelles (cause 1,3 fois plus fréquemment avancée pour les femmes). Les deux premières causes sont les mêmes pour les deux genres : activité non profitable et difficultés de financement (cette dernière est un peu plus fréquente pour les femmes que pour les hommes). Nous serons en mesure de faire cette distinction pour la France avec l'enquête SINE dans l'intégralité de sa base. En attendant nous présentons ici quelques résultats préliminaires sur le taux de survie à trois ans des entreprises créées en 2006 (Enquête SINE, 2006) et les taux de survie annuels des entreprises créées en 2002 (Enquête SINE, 2002).

### 3.2.1. Taux de survie à trois ans des entreprises créées en 2006

Parmi les entreprises créées ou reprises en 2006, le taux de survie à trois ans est légèrement meilleur pour les hommes que pour les femmes (tableau 17). Cette différence est plus particulièrement marquée dans le secteur de l'industrie et des activités financières et d'assurance. Les femmes ont en revanche un taux de mortalité plus faible que les hommes dans les secteurs des transports-entrepôts. Ces écarts sur les taux de survie entre les hommes et les femmes s'expliquent par les différences de taille d'entreprise ou de catégorie juridique que nous ne sommes actuellement pas en mesure de contrôler.

**Tableau 17**  
Taux de survie à trois ans par secteur (en %)

	Femmes	Hommes
Industrie	62,6	69,9
Construction	57,3	65,0
Commerce et réparation	57,1	59,5
Transports et entrepôts	75,2	72,2
Hébergement et restauration	65,1	67,5
Information et communication	66,0	67,8
Activités financières et d'assurance	56,6	69,3
Activités immobilières	59,1	66,3
Soutien aux entreprises	70,0	70,9
Enseignement, santé et action sociale	81,6	81,8
Services aux ménages	65,2	66,1
Ensemble	65,2	66,3

Source : Enquête SINE 2009.

L'économétrie réalisée par l'Insee (tableau 18) contrôle par la taille (investissement initial), le secteur et la catégorie juridique. En contrôlant par ces éléments le facteur « femme » réduisant la probabilité de survie subsiste, ce qui laisse supposer, toutes choses égales par ailleurs, que la probabilité de survie des entreprises créées par des femmes est plus faible que pour les hommes. Ici encore, l'analyse n'est pas satisfaisante puisqu'elle ne distingue pas les travailleurs indépendants des créateurs ou repreneurs. Or, nous avons vu qu'une forte hétérogénéité existe entre ces trois types de profils et qu'il est donc difficile d'en tirer des conclusions. Nous pourrions reprendre ce travail lorsque nous disposerons de l'intégralité de la base SINE 2006-2009.

OSÉO confirme sur des données plus récentes, mais uniquement pour de jeunes entreprises innovantes, que la mortalité est plus forte pour les projets innovants portés par des femmes (OSÉO, 2012). Ces derniers auraient, comme ceux portés par les hommes, un premier cap de défaillance à trois ans mais qui serait plus marqué (2 sur 10, contre 1,5 sur 10). Le deuxième cap serait en revanche de même ampleur mais décalé d'un an pour les femmes, arrivant en sixième année. Cette spécificité des projets portés par des femmes selon l'analyse d'OSÉO justifie des mesures en faveur des femmes sur les secteurs innovants afin de les accompagner durant les trois premières années de développement.

**Tableau 18**  
**Estimation INSEE des chances de survie à 3 ans**

<b>Chances de survie à trois ans des entreprises créées en 2006</b>		
<b>Variables relatives au point de référence du créateur</b>		
<b>Situation professionnelle juste avant la création</b>	Indépendant ou à votre compte	1,3
	Étudiant ou scolaire	1,3
	Salarié, apprenti ou stagiaire rémunéré	1,2
	Chef d'entreprise salarié, PDG	1,1
	En congé pour création d'entreprise	n.s.
	ou sans activité pour convenance personnelle	n.s.
	Sans activité professionnelle	n.s.
	<i>Au chômage</i>	<i>réf.</i>
<b>Diplôme</b>	Diplôme supérieur au baccalauréat	1,2
	Baccalauréat généraliste	n.s.
	Baccalauréat technique ou professionnel	1,2
	CAP, BEP	n.s.
	CEP, BEPC, brevet élémentaire, brevet des collèges	0,9
	<i>Pas de diplôme</i>	<i>réf.</i>
<b>Variables socio-économiques</b>		
<b>Age</b>	50 ans ou plus	1,6
	De 30 à moins de 50 ans	1,5
	<i>Moins de 30 ans</i>	<i>réf.</i>
<b>Sexe</b>	Femme	0,9
	<i>Homme</i>	<i>réf.</i>
<b>Variables relatives à l'exposition au risque</b>		
<b>Lien entre l'activité de l'entreprise et le principal métier exercé par le créateur</b>	Identique, plus de dix ans d'expérience	1,2
	Identique, de trois à dix ans d'expérience	1,1
	Identique, moins de trois ans d'expérience	n.s.
	Non concerné (pas d'expérience professionnelle)	1,2
	<i>Différente</i>	<i>réf.</i>
<b>Première création d'entreprise</b>	Oui	0,8
	<i>Non</i>	<i>réf.</i>
<b>Catégorie juridique</b>	Société	1,7
	<i>Entreprise individuelle</i>	<i>réf.</i>
<b>Activité</b>	Transports et entreposage	1,8
	Soutien aux entreprises	1,8
	Services aux ménages	1,6
	Industrie	1,4
	Construction	1,4
	Hébergement et restauration	1,2
	Activités financières et d'assurance	1,2
	Activités immobilières	n.s.
	<i>Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles</i>	<i>réf.</i>
	<b>Capital investi à la création (en euros)</b>	Plus de 80 000
De 40 000 à moins de 80 000		1,6
De 8 000 à moins de 16 000		1,2
De 2 000 à moins de 8 000		n.s.
<i>Moins de 2 000</i>		<i>réf.</i>

Champ : entreprises du secteur marchand non agricole créées au cours du premier semestre de 2006.

Notes : les effets de chaque facteur sont présentés en écart par rapport à une situation de référence notée réf.

Plus le coefficient est supérieur à 1 (respectivement inférieur à 1), plus la probabilité d'atteindre le troisième anniversaire est forte (respectivement faible) par rapport à la situation de référence ; n.s. désigne un effet non significatif par rapport à la situation de référence au seuil de 5 %.

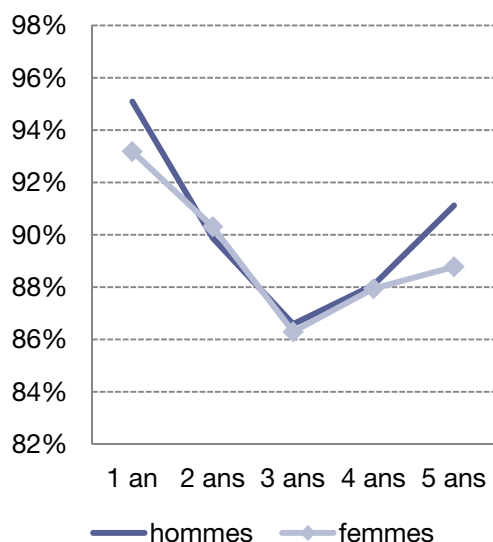
Lecture : toutes choses égales par ailleurs, les diplômés du supérieur ont 1,2 fois plus de chance d'être des créateurs actifs en 2009 que les créateurs sans diplôme.

Sources : Insee, enquête SINE 2006, interrogation 2006 et 2009 – *Insee Résultats*, n° 51, Économie, février 2011.

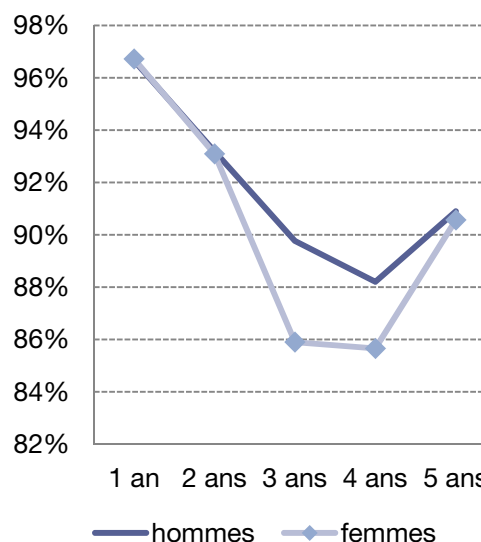
### 3.2.2. Taux de survie annuels des entreprises créées en 2002

L'indicateur des taux de pérennité à trois ans est fréquemment utilisé dans les rapports sur les performances des entreprises car l'année des trois ans est un seuil pour la survie des entreprises. Dans la perspective d'analyser les performances des entreprises dirigées par des femmes durant les premières années après la création, il est également pertinent de comparer les taux de survie annuels afin d'identifier les années charnières. Les graphiques 12a et 12 b représentent les taux de pérennité annuel des entreprises en fonction du genre et du type de l'entreprise : créée ou reprise. Premier constat : si les femmes ont en moyenne une pérennité à cinq ans plus faibles que les hommes, la conclusion diffère si l'on observe les taux de pérennité annuels. Second constat, l'évolution des taux de pérennité annuels est très différente entre les créations et les reprises. Pour les créations, la différence homme-femme s'explique lors de la première et de la cinquième années alors que pour les reprises, ce sont les troisième et quatrième années qui marquent une forte différence entre les hommes et les femmes.

**Graphique 12 a**  
Taux de survie annuel, créations



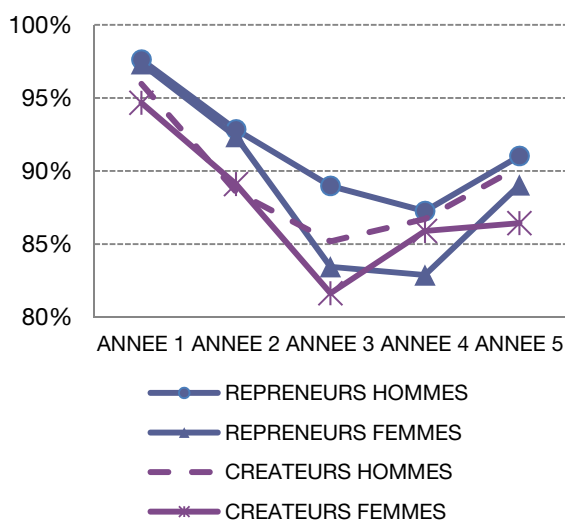
**Graphique 12 b**  
Taux de survie annuel, reprises



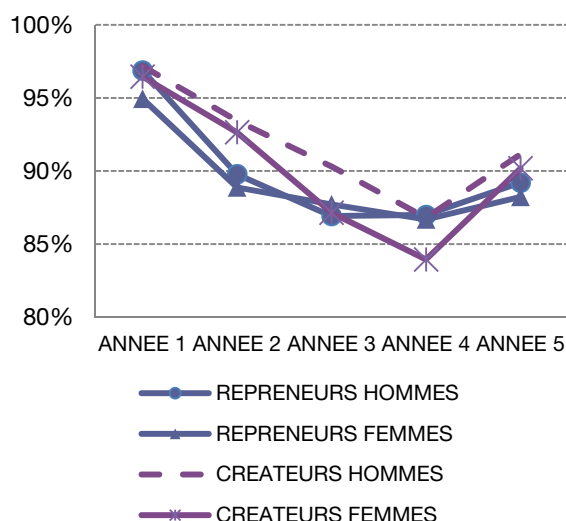
Source : Enquête SINE 2002.

Lorsqu'on veut affiner cette analyse, en fonction du type de créateurs, par exemple par niveau de diplôme, on constate que les taux de survie annuels sont également très différents (graphiques 13a, 13b, 13c et 13d). Ils descendent beaucoup plus bas pour les créatrices et repreneuses et les écarts hommes-femmes sont plus fortement marqués parmi les sans-diplômes. Chez les entrepreneurs de niveau baccalauréat, le taux de survie des repreneurs diffère peu entre les hommes et les femmes, tandis que parmi les créateurs, on note des écarts plus marqués à trois ans et un taux de survie à quatre ans (et non à trois ans comme c'est le cas en général).

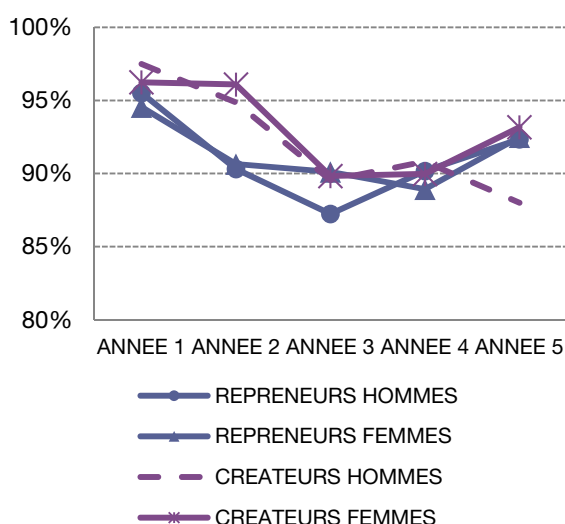
**Graphique 13 a**  
Créateur sans diplôme



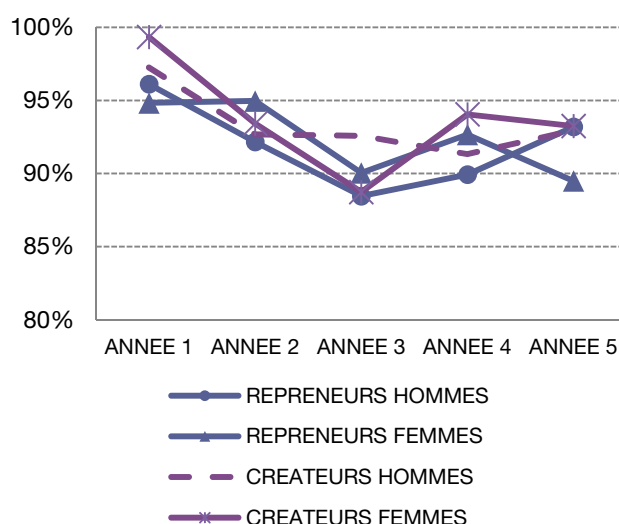
**Graphique 13 b**  
Créateur niveau Bac



**Graphique 13 c**  
Créateur Bac + 2 et bac + 3



**Graphique 13 d**  
Créateur Bac + 5



Parmi les plus éduqués, les tendances sont là aussi très différentes ; outre des taux de survie en moyenne plus élevés, on note des écarts hommes-femmes relativement moindres et parfois inversés. Ainsi les femmes repreneuses chez les Bac + 5 ont un taux de survie annuel plus élevé entre la deuxième et la quatrième année, cette tendance s'inverse légèrement à la cinquième année. On remarque également des taux de survie la cinquième année plus élevés pour les créatrices bac +2 bac+3 et la quatrième année pour les Bac +5.

Même si cette étude est partielle car il nous manque la variable secteur, un déterminant important des taux de pérennité, elle montre qu'il faut approfondir l'analyse des taux de pérennité à trois ans et annuels dans une perspective genrée. De ces graphiques ressortent deux points importants : d'une part, il faut appréhender les performances en fonction du profil des femmes entrepreneuses et d'autre part comparer les performances hommes-femmes à chaque étape de la vie de l'entreprise pour identifier les étapes visiblement complexes pour les femmes.



### 3.3. Performances des entreprises supérieures à quatre millions d'euros de CA

L'analyse des taux de survie est pertinente pour identifier les années charnières au démarrage de l'entreprise en fonction du profil des créateurs et notamment du genre. Mais la question d'un accompagnement des entrepreneuses ou dirigeantes d'entreprise se pose également après ces années de démarrage. Une littérature importante s'intéresse aux performances des entreprises d'une certaine taille dirigées par des femmes (voir ANNEXE 4). *Women Equity* a entrepris depuis 2010 de compiler des données sur les entreprises réalisant plus de 4 millions d'euros de chiffre d'affaires. Nous avons pu avoir accès à cette base et comparer les performances des PME entre 2005 et 2011, soit avant la crise et depuis le début de la crise, à partir d'indicateurs plus précis que les données disponibles dans l'enquête SINE.

Nous serons en mesure de présenter en 2013 un analyse sur l'évolution des performances des entreprises entre 2005 et 2011 sur la base d'indicateurs tels que le taux de marge, la rentabilité, la croissance du chiffre d'affaires en contrôlant par la taille initiale, le secteur d'activité, l'ancienneté, etc. Nous étudierons également l'effet de levier, rapport fonds propres sur dette, et ainsi mesurer une forme de prise de risque en fonction du profil du dirigeant, toutes choses égales par ailleurs. Cette analyse prolongera les travaux déjà réalisés pour la construction de l'index du *Women Equity* dans une perspective de comparaison homme-femme. Elle n'aura pas pour objectif d'identifier une relation causale sur les performances des entreprises en fonction du genre des dirigeants mais aura pour enjeu de vérifier s'il existe des différences significatives de performance selon le genre du dirigeant et, sur cette base, de formuler des préconisations à destination de certains type d'entreprises. Il est probable que nos résultats confirmeront ceux de *Women Equity* à savoir que les femmes surperforment en moyenne par rapport aux hommes et sont plus résilientes face à la crise. Si c'est le cas, nos conclusions iront dans le sens de favoriser les interventions en amont de la création d'entreprises et dans la phase de démarrage, auprès des profils de créateurs/repreneurs à risque, mais pas une fois l'entreprise devenue une PME. Restera alors la question du passage des PME à l'ETI et de l'importance du facteur femme dans une telle dynamique.



---

## Conclusion : quelle politique publique ?

Tout au long de ce document de travail, nous avons tenté d'identifier le plus rigoureusement possible les obstacles et les difficultés que pouvaient rencontrer les femmes dans l'accès à l'entrepreneuriat. Plusieurs cas de figure se sont présentés. Certains freins évoqués dans les rapports sur l'entrepreneuriat féminin n'ont pu être mesurés ni même vérifiés en raison du manque de données ou de suivi de certains programmes. Il serait utile de renforcer le pilotage et l'évaluation, notamment pour les sujets sur lesquels nous n'avons pas été en mesure de conclure totalement, potentiellement à travers des méthodes permettant de mieux documenter l'entrepreneuriat féminin et d'évaluer les dispositifs existants ainsi que leur ciblage. D'autres ont été confirmés, ou au contraire infirmés, pouvant alors justifier ou non une intervention dédiée aux femmes entrepreneurs. À ce titre pourraient être examinées des pistes d'évolution des dispositifs existants visant à supprimer les barrières situées en amont de la création d'entreprise, notamment les problèmes de représentations ou d'envie d'entreprendre. Nous discutons enfin des mesures ayant pour objectif l'entrepreneuriat quel que soit le genre, afin de renforcer l'accompagnement de l'entrepreneuriat aux différentes étapes de développement de leur entreprise. Certains par nature joueraient différemment en fonction du genre, notamment au travers de l'aversion au risque plus grande que présentent en moyenne les femmes, et favoriseraient plus encore l'entrepreneuriat féminin.

### Mieux documenter l'entrepreneuriat féminin et suivre les mesures mises en place

Un premier constat, déjà formulé par la Commission européenne ou l'OCDE, tient dans le manque de données permettant de caractériser l'entrepreneuriat féminin et ses déterminants, ainsi que le manque d'évaluation des dispositifs existants. Ce rapport confirme ces lacunes. Trois formes d'initiatives pourraient à notre sens améliorer considérablement ce manque d'information et permettre de mieux piloter l'action publique sur cette problématique. Une première concerne le recensement et le suivi systématique des bénéficiaires de programmes d'aide à l'entrepreneuriat. La deuxième a trait à la mise en place d'études spécifiques permettant de mieux mesurer les déterminants et les freins à l'entrepreneuriat. Enfin, la dernière consiste à mieux documenter le genre dans l'ensemble des études ou des enquêtes sur les entreprises.

L'aide à la création telle qu'elle existe aujourd'hui en France est constituée d'une multitude d'acteurs et de formes d'aide à des échelles différentes (locale, régionale ou nationale). Le rapport de la Cour des Comptes sur les dispositifs de soutien à la création souligne d'ailleurs la concentration des moyens sur les demandeurs d'emploi et le manque d'évaluations du « millefeuille » des aides actuelles. Il rappelle que la plupart de ces aides sont des aides « guichet », non adossées à une évaluation du projet entrepreneurial ou de sa pérennité. Une fois l'aide offerte, le suivi est rarement fait, ne permettant pas de mesurer les bénéfices tirés des aides. Afin d'améliorer l'efficacité de ces aides, il serait possible tout d'abord de développer et de systématiser le suivi – par exemple à trois et cinq ans – des entreprises ayant bénéficié d'une aide<sup>54</sup>. Afin de disposer plus rapidement d'informations, il pourrait être utile de mettre en place un portail normalisé des créations d'entreprises où les différentes parties prenantes pourraient simplement contribuer de façon décentralisée en apportant les éléments d'information qui les concernent (Pôle emploi, OSÉO, *France Active*, structures de soutien régionales, les bénéficiaires, leurs investisseurs lorsqu'il s'agit d'institutionnels, etc.). Ce suivi permettrait d'une part de mieux

---

<sup>54</sup> Idéalement les dossiers refusés ou les entreprises cessant leur activité devraient aussi être saisis dans la base afin de contrôler le biais de sélection parmi les bénéficiaires du programme.

évaluer l'impact des programmes d'aide à la création en suivant les bénéficiaires dans le temps<sup>55</sup>, d'autre part de disposer d'une base de données nationale sur l'aide à la création d'entreprise. Par ailleurs, des évaluations d'impact de certaines aides pourraient être menées *ex post* à l'image des travaux du CREST<sup>56</sup>, afin de vérifier leur pertinence et de mieux les diffuser.

Deux freins à l'entrepreneuriat – et plus particulièrement à l'entrepreneuriat féminin – méritent d'être étudiés de manière plus précise : l'accès à un réseau et l'accès au financement.

Des initiatives associatives existent déjà en France comme à l'étranger pour permettre aux femmes entrepreneurs ou souhaitant lancer une activité de se mettre en réseau, principalement féminin. L'accès au réseau semble en effet déterminant dans la création d'entreprise mais reste encore mal mesuré dans les enquêtes existantes. Aucune enquête ne permet notamment de savoir quel type de réseau – mixte ou pas en termes de genre, de profession, de secteurs d'activité – semble le plus bénéfique. Concernant l'entrepreneuriat féminin, c'est une vraie question de savoir s'il est préférable d'inciter les femmes à s'insérer dans des réseaux spécifiquement féminins.

Les freins dans l'accès au financement pour les créatrices d'entreprises sont difficilement mesurables à travers les enquêtes existantes. Soit ils sont mesurés à travers les montants investis et le taux d'emprunt bancaire au départ, ce qui ne renseigne pas vraiment sur les barrières au financement, mais seulement sur l'accès au financement bancaire des femmes ayant déjà surmonté ces freins. Soit ils sont mesurés à travers des enquêtes déclaratives, qui ne font pas apparaître de différences hommes-femmes, mais qui sont susceptibles d'être biaisées par des ressentis et des discours eux-mêmes différents selon le genre. On ne mesure alors non les difficultés effectivement rencontrées, mais le différentiel de perception et de restitution d'une situation vécue par deux individus différents.

Afin de mesurer ce différentiel, il serait possible d'évaluer les taux de refus bancaire en fonction du genre du porteur de projet, en demandant aux banques de restituer annuellement ce type de données, par exemple au sein du projet de Charte souhaité par le gouvernement. Cet indicateur est cependant partiel, car il ne permet pas de contrôler le niveau du prêt bancaire en fonction du type de projet défendu, et on ne peut exclure l'hypothèse que les femmes défendent des projets en moyenne différents de ceux des hommes. Une autre solution serait d'avoir recours à une méthode statistique pouvant permettre de détecter effectivement la présence de discriminations, à même de justifier une intervention plus soutenue auprès des agences bancaires pour limiter la discrimination et si besoin, d'éventuellement développer les garanties à l'égard des femmes.

### Modifier les représentations et amener à l'entrepreneuriat

Comme nous l'avons vu, une des principales raisons à la moindre création d'entreprise par les femmes tient à des différences de représentations. Différentes politiques sont envisageables pour agir contre ces représentations sexuées de l'entrepreneuriat. Nous faisons ici une liste non exhaustive des mesures envisageables et pertinentes dans le cas français et qui sont souvent utilisées à l'étranger.

Afin de changer les représentations, la mise en avant de « rôles modèles », c'est-à-dire d'exemples d'entrepreneurs (féminins) à même de stimuler un public pouvant s'identifier, est une

---

<sup>55</sup> À noter que si cette base dispose du code SIRENE des entreprises, il sera possible de l'apparier avec d'autres bases de données sur les entreprises et de disposer ainsi d'un contrefactuel.

<sup>56</sup> Pour une évaluation des effets de l'ACCRES sur la durée de vie des entreprises, voir Cabannes et Fougères (2012), et Battistin *et al.* (2001).

mesure largement utilisée à l'étranger – à l'image des Ambassadrices en Suède. Il s'agit de mettre en avant et d'offrir des modèles d'entrepreneuriat féminin du grand public incluant des potentiels entrepreneurs mais aussi auprès des acteurs spécialisés (secteur bancaire, capital-risque, etc.). Ce type d'action pourrait être mené en France auprès de différents publics, allant de jeunes à des publics adultes ciblés, mais aussi ciblant spécifiquement les étudiant(e)s de filières scientifiques.

Un des constats de notre étude est que l'expérience entrepreneuriale joue fortement sur la décision de lancer sa propre activité, et ce quel que soit le genre. S'il n'est pas simple de tirer de ce constat des mesures en matière de politiques publiques, il semble malgré tout que tout ce qui peut favoriser des expériences de création est un facteur favorable à l'entrepreneuriat, qu'il soit féminin ou non. De même, toute mesure favorisant la création à partir d'équipes mixtes, avec une mixité du genre mais également du type de formation apparaît bienvenue, sans que nos analyses ne puisse faire autre chose que le suggérer.

Des interventions de formation à l'entrepreneuriat et de valorisation des expériences entrepreneuriales semblent particulièrement pertinentes auprès des étudiants, car on constate que l'aversion au risque est beaucoup moins forte parmi les jeunes les plus diplômés. Différentes politiques nationales existent déjà telles que les pôles d'entrepreneuriat étudiants (PEE), au sein des pôles de recherche de l'enseignement supérieur. Parallèlement, certaines écoles mettent dès aujourd'hui des groupes d'élèves dans le cadre de leur scolarité, en situation de créer une entreprise, ou pour le moins d'en réaliser le *business plan*, et la première ébauche de prototype. Les maisons de l'entrepreneuriat qui se sont implantées sur des campus universitaires et qui recouvrent parfois plusieurs établissements sont également des lieux bien adaptés pour favoriser également ce type de « première expérience ». Le plan pour l'entrepreneuriat étudiant lancé en 2009 propose également, en sus des PEE, quelques pistes pour favoriser la culture entrepreneuriale des étudiants. Afin de mesurer les effets des formations à l'entrepreneuriat auprès des lycéens ou des étudiants, des évaluations d'impact sont actuellement réalisées par le Credoc avec le financement du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse. Leurs résultats attendus en septembre prochain permettront sans doute d'orienter les prochaines mesures possibles allant en ce sens, qu'elles soient ciblées sur les femmes ou non.

Une question mérite d'être davantage explorée, celle du ciblage ou non vers certaines filières stratégiques des mesures à mettre en place dans les écoles ou universités. Ce type de ciblage peut se justifier dans la mesure où les femmes entreprennent relativement moins que les hommes dans certains secteurs, notamment les secteurs innovants (en France seuls 8 % des projets innovants sont portés par des femmes selon OSÉO). En réponse à ce biais sectoriel, en Allemagne<sup>57</sup> ou en Pologne<sup>58</sup> des actions sont ciblées exclusivement sur les sciences et la technologie. Si notre analyse sectorielle à partir des données de l'enquête SINE confirme de vraies barrières à l'accès dans certains secteurs pour les femmes, ce type d'action pourrait être justifié pour la France, notamment à destination des secteurs innovants pour y favoriser la création d'entreprises par les femmes.

D'autres orientations pourraient faire l'objet d'une étude plus approfondie. L'une d'entre elles étendrait la question de l'emploi dans l'entrepreneuriat féminin à celle, plus générale, de l'enclavement en matière de ressources humaines auquel font face les PME françaises. Le Centre d'analyse stratégique a d'ailleurs mis en évidence l'importance d'aider les PME à se structurer en termes de ressources humaines pour favoriser leur essor, notamment à l'international (Dhont-

---

<sup>57</sup> NANO4Women et NEna, sont deux programmes pilotes en Allemagne basés sur des formations, de l'accompagnement et du coaching dont l'objectif est d'inciter les femmes à créer des entreprises dans le secteur des nanotechnologies, SWITCH est un programme ciblé sur les télécommunications.

<sup>58</sup> DEW-SET est un projet ciblé sur ingénierie, les sciences et les technologies. Il allie du *mentoring*, des guides pour créer son entreprise, la constitution d'un réseau virtuel, etc.

Petrault, *op. cit.*). En effet, de possibles salariés de PME, que ce soient les jeunes diplômés, les salariés ou entrepreneurs expérimentés, n'ayant pas de connaissance de l'offre d'emplois en PME, trouvent plus naturellement leur emploi dans les grandes entreprises. Une des raisons est le peu de visibilité du « projet » que porte une PME – et plus encore une TPE ou une jeune PME. Nous avons cependant souligné que l'expérience entrepreneuriale est un gage de succès pour ensuite créer et développer sa propre entreprise. Les étudiants, en recherche de stage ou d'apprentissage, pourraient également bénéficier d'une meilleure connaissance des possibilités d'embauche en PME, afin de bénéficier d'une première connaissance entrepreneuriale. De plus, les femmes présentant une aversion au risque plus élevée, se détournent naturellement plus que les hommes de postes de cadres au sein de PME.

### Accompagner les créateurs d'entreprises lors du passage à l'acte et lors du développement

Enfin, une dernière famille concerne la création elle-même et le développement de l'entreprise. Au-delà des mesures existantes ou souvent préconisées, il est possible de réfléchir à d'autres pistes. Par exemple, il serait utile d'examiner dans quelle mesure le FGIF, garantissant l'endettement des entreprises créées par des femmes, pourrait le cas échéant être complété par un fonds de garantie sur les fonds propres, ce qui reviendrait implicitement à différencier en fonction du genre la tarification des produits aujourd'hui offerts par la Banque publique d'investissement, et qui aurait l'avantage de favoriser l'entrée des fonds d'amorçage au capital des jeunes entreprises, et ainsi d'ouvrir le monde du capital investissement aux femmes entrepreneurs. À noter, dans le même esprit, l'expérimentation décidée par la région Poitou-Charentes, avec la Caisse des Dépôts et d'autres partenaires, qui vise également à mieux doter en fonds propres les entreprises créées par des femmes. L'idée est, en simplifiant, de s'appuyer sur des réseaux délivrant des prêts d'honneur et de créer un fonds qui vient abonder ces prêts d'honneur.

Notre étude a mis en évidence la grande hétérogénéité de l'entrepreneuriat féminin. Dans une logique de recherche d'efficacité économique et de croissance, il convient de cibler les créateurs d'entreprises selon à la fois des caractéristiques susceptibles d'entraîner certains comportements et décisions (aversion au risque, motivations, mais aussi revenus, patrimoine, capacité à mobiliser un capital financier ou social, etc.) et à la fois des caractéristiques plus objectives (âge, statut dans l'emploi, localisation...).<sup>59</sup> Cette démarche est essentielle car elle permet sans doute d'éviter la stigmatisation qu'entraînent des actions réservées aux femmes (certifications, labels, prix, réseaux, etc.). Il est plus pertinent selon nous d'identifier des actions dédiées à des catégories d'entrepreneurs non définies par le genre mais là où les femmes entrepreneurs sont le plus susceptibles de bénéficier d'un soutien naturellement plus important. À titre d'exemple, on peut penser à des labels d'innovations : créer une catégorie « innovation femmes » peut conduire à exclure les femmes qui sont aujourd'hui aussi innovantes que les hommes du label « innovation » et risque de créer un label de « seconde zone » aux yeux des financeurs par exemple ; en revanche, créer une catégorie « innovation services » renforce la probabilité d'offrir le label à des femmes sans rien retirer de la possibilité de bénéficier du label initial.

Cette approche s'applique également aux différences comportementales constatées entre hommes et femmes, par exemple en matière d'aversion au risque. En profilant les personnes en cours de création sur la base d'indicateurs comme l'âge, le statut en emploi, le type de projet, il est possible – sans référence au genre – de cibler certaines actions de formation dont

---

<sup>59</sup> Nous aurons à mieux démontrer statistiquement ce qui n'apparaît aujourd'hui que comme un faisceau de présomptions *via* le croisement de différentes variables, et donc sans possibilité de conclure plus définitivement. Les données sectorielles SINE nous aideront prochainement dans ce travail.

bénéficieraient principalement les femmes, par ailleurs plus promptes à accepter de se faire accompagner.

Lorsque cela s'avère impossible ou délicat de cibler, des mesures favorisant l'auto-sélection doivent être considérées. Cette démarche relève d'un principe de contrat d'assurance où sont modulés les niveaux d'assurance en fonction du type de risques couverts. L'assuré choisit le contrat qui lui correspond le mieux parmi toute une famille de contrats ; si l'assureur a bien structuré ces contrats, le contrat retenu par l'assuré sera aussi celui qui est optimal pour l'assureur. Dans le cadre de l'entrepreneuriat, les « avances remboursables » peuvent faire office de contrats modulable : les montants prêtés ou garantis dépendant d'engagements de l'entreprise (chiffre d'affaires, embauches, etc.), ils permettraient d'inciter les entrepreneurs frileux mais compétents, à dimensionner de façon plus ambitieuse leur projet<sup>60</sup>. À nouveau, la segmentation qui peut être faite en matière d'entrepreneuriat féminin renforcerait le mécanisme « d'auto-sélection » que ces travaux décrivent.

Enfin, comment ne pas évoquer le rôle que jouerait la mise en place d'un *Small Business Act* (SBA) au niveau européen. Un SBA (non spécifiquement dédié aux femmes), apporterait une « garantie » de clientèle qui aiderait les entrepreneurs les plus prudents à se lancer et là, à nouveau, serait une façon d'apporter un levier différencié à l'entrepreneuriat féminin.

---

<sup>60</sup> Comme indiqué en note 3, ces pistes de réflexion se rapprochent des mesures préconisées en 2012 par le Centre d'analyse stratégique.





# Annexes

## ANNEXE 1

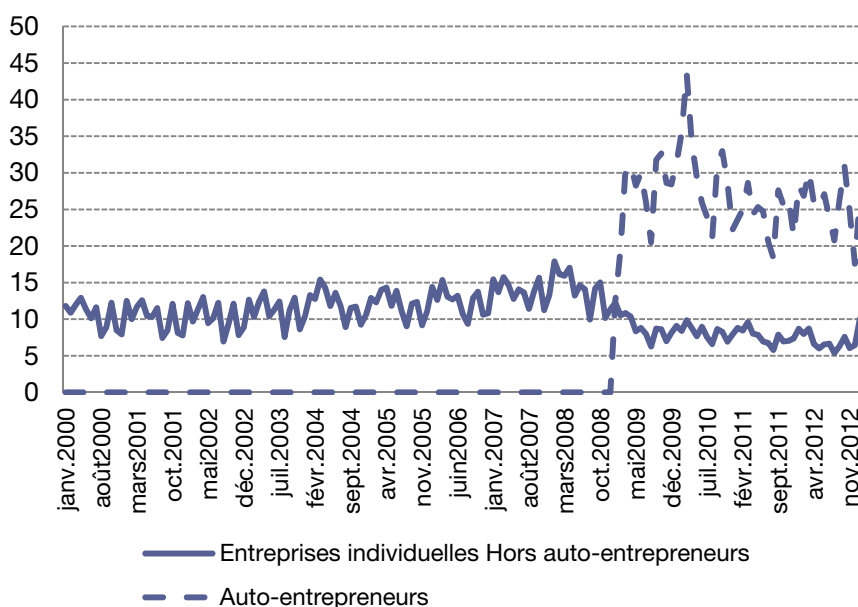
### Entreprises individuelles et auto-entrepreneurs

Le régime de l'auto-entrepreneur, créé en août 2008, s'applique depuis janvier 2009 aux personnes physiques qui créent ou possèdent déjà une entreprise individuelle pour exercer une activité commerciale, artisanale ou libérale (hormis certaines activités), à titre principal ou complémentaire. L'Insee comptabilise les statistiques de créations d'auto-entrepreneurs au sein de son répertoire général des entreprises et des établissements (Sirene). Afin de compléter le dispositif d'enquête SINE des créateurs d'entreprise, une première enquête sur la population des auto-entrepreneurs en 2010 est sortie début 2012<sup>61</sup>. La difficulté du statut est qu'il peut se situer parfois à l'orée du statut d'indépendant (artisan, commerçant) et qu'il vient souvent s'ajouter à un statut parallèle de salarié. C'est pourquoi l'étude en soi du statut d'auto-entrepreneur ne nous semble pas pertinente si l'on souhaite développer l'entrepreneuriat féminin.

La mise en place du statut a dynamisé le nombre de création d'entreprises : par exemple, en 2012, 550 000 entreprises ont été créées en France, chiffre semblable à celui de 2011, grâce à l'augmentation du nombre des auto-entreprises et la baisse de la création de sociétés (graphique A1.1). Cependant le nombre de créations d'auto-entrepreneurs intègre toutes les entreprises immatriculées sous ce régime, qu'elles aient ou non effectivement démarré leur activité ou que l'on ait accepté leur création. Les créateurs d'auto-entreprises sont réputés actifs dès lors qu'ils déclarent leur premier chiffre d'affaires trimestriel. Parmi les créateurs de 2009, l'Insee estime que 40 % des créateurs ne démarreront pas d'activité.

Graphique A1.1

#### Nombre de créations d'entreprises individuelles (en milliers)



Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

<sup>61</sup> Ainsi même si un quart des créateurs d'auto-entreprises aurait créé leur entreprise sans le nouveau statut, ils ne se retrouvent pas au sein de la seconde Enquête SINE (2010) qui peut être biaisée par davantage de création d'entreprises plus importantes.

À partir de l'enquête concernant les auto-entrepreneurs de 2010, il est possible de noter certaines caractéristiques importantes. Tout d'abord, la plupart n'auraient pas créé une entreprise sans la mise en place de ce régime, le statut d'auto-entrepreneur constituant davantage un revenu ou une activité complémentaire à leur activité principale (Barruel *et al.*, 2012). C'est pourquoi, on observe la plus grande prévalence de salariés du privé (38 %), par rapport aux chômeurs (30 %), que lors de la création de sociétés. Il n'y a aucune différence dans les avantages vus par les femmes et les hommes dans ce statut (paiement des charges simplifiés, inscription rapide, gestion comptable).

Les hommes représentent toujours la majorité des créateurs mais dans une part plus faible, en faveur des femmes : en matière de création d'auto-entreprise, 34 % des créateurs sont des femmes. L'auto-entrepreneuriat est concentré dans quatre secteurs principaux (soutien et conseil aux entreprises, services aux ménages, commerce, et construction), et 48 % des auto-entrepreneurs créent leur entreprise dans un secteur d'activité différent de leur métier de base (principalement pour le commerce). Les femmes sont davantage présentes dans les secteurs de l'enseignement, la santé et l'action sociale, et les hommes dans la construction et l'information et la communication, de manière plus marquée que pour les autres créations d'entreprises.

Le montant de l'investissement initial est bien plus faible que pour les créateurs d'entreprises (tableau A1.1), ainsi que leurs revenus, avec un chiffre d'affaires mensuel moyen de 1 000 euros (résultat obtenu en rapportant le chiffre d'affaires à la durée effective d'activité déclarée dans l'enquête).

**Tableau A1.1**  
**Financements nécessaires pour démarrer,**  
**selon le genre et la situation préalable du créateur en 2010 (en euros)**

		Aucun	<500	<1000	<2000	< 4000	<8000	<16 000	>16 000
<b>Homme</b>	Chômeur	35,4	10,5	11,4	11,0	12,7	10,4	6,1	2,4
	Inactif	55,0	12,5	8,2	7,4	8,1	4,7	2,8	1,2
	Indépendant	47,2	12,9	8,2	9,0	11,2	6,6	2,8	2,1
	Salarié	45,3	14,1	9,1	8,6	9,6	7,0	4,5	1,8
<b>Femme</b>	Chômeur	32,9	14,0	13,1	12,4	13,1	8,0	3,9	2,5
	Inactif	45,4	16,6	12,7	8,4	9,5	3,6	2,4	1,4
	Indépendant	49,7	12,6	9,5	8,3	9,1	5,7	3,4	1,8
	Salarié	43,0	18,4	11,8	8,6	8,6	5,0	3,3	1,4

Source : Enquête SINE 2010, auto-entrepreneurs.

Un des points intéressants est que la vision de l'avenir après la création de l'auto-entreprise diverge quelque peu entre hommes et femmes : celles-ci souhaitent davantage développer leur activité (67 % contre 61 %), alors que les hommes sont plus nombreux à souhaiter changer de régime (20 % contre 16 % des femmes).

## ANNEXE 2

## Tableaux statistiques : Indépendants-Repreneurs-Créateurs

	Indépendants			Créateurs			Repreneurs		
	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total
<b>Nombre de salariés en 2006</b>									
0 salariés	90,34	90,05	90,16	76,63	75,5	75,77	50,48	38,25	42,64
De 1 à 2 salariés	7,51	8,34	8,04	17,35	15,89	16,24	29,68	28,7	29,05
De 3 à 5 salariés	1,8	1,37	1,53	4,29	5,52	5,22	15,44	18,39	17,33
De 6 à 9 salariés	0,28	0,19	0,22	1,25	1,95	1,78	3	8,6	6,59
10 salariés ou plus	0,06	0,06	0,06	0,49	1,14	0,98	1,4	6,05	4,38
<b>Nombre de salariés en 2009</b>									
0 salariés	89,77	87,84	88,55	69,67	67,91	68,34	49,33	37,18	41,51
De 1 à 2 salariés	8,36	9,4	9,01	17,66	17,51	17,55	28,18	27,53	27,76
De 3 à 5 salariés	1,51	2,19	1,94	7,46	8,69	8,39	14,24	19,11	17,38
De 6 à 9 salariés	0,28	0,46	0,39	3,32	3,59	3,52	6,36	9,12	8,14
10 salariés ou plus	0,08	0,11	0,1	1,9	2,29	2,2	1,89	7,05	5,21
<b>Prévoyez-vous des embauches dans 12 prochains mois ? En 2009</b>									
Oui	8,96	15,53	13,12	26,02	34,66	32,56	22,29	34,87	30,35
Non	68,25	53,2	58,71	43,29	35,16	37,14	42,86	32,58	36,27
Ne sait Pas	22,79	31,27	28,16	30,68	30,18	30,3	34,85	32,56	33,38
<b>Prévoyez-vous des embauches dans 12 prochains mois? En 2009</b>									
Oui	3,44	3,87	3,72	11,55	13,43	12,97	9,79	15,29	13,33
Non	51,77	44,6	47,26	39,8	40,74	40,51	49,54	50,34	50,06
Ne sait Pas	6,4	9,39	8,28	14,78	14,52	14,59	15,12	17,36	16,56
Non réponse	38,38	42,13	40,74	33,88	31,31	31,93	25,55	17	20,05

	Indépendants			Créateurs			Repreneurs		
	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total
<b>Difficultés rencontrées à la création</b>									
Aucune	35,3	30,62	32,33	25,92	27,28	26,95	34,58	28,16	30,47
Isolement	1,9	2,2	2,09	1,81	2,14	2,06	1,38	0,92	1,09
Embauche de personnel qualifié	1,16	1,34	1,27	1,77	3,49	3,07	4,72	5,65	5,31
Fixation des prix	3,02	4,41	3,9	3,65	3,45	3,5	1,68	1,76	1,73
Trouver un local	3,29	2,21	2,6	4,43	3,61	3,81	1,69	1,71	1,7
Établir des contacts clientèle	8,63	8,58	8,6	8,5	6,98	7,35	2,07	1,72	1,84
Formalités administratives	27,27	26,09	26,52	27,09	26,38	26,55	25,53	29,77	28,25
Difficultés de financement*	19,43	24,56	22,68	26,84	26,67	26,71	28,35	30,32	29,61
<b>Avec qui avez-vous mise en place votre projet en 2006 ?</b>									
Personne	27,02	34,45	31,73	17,44	29,49	26,56	13,61	22,55	19,34
Conjoint	11,55	6,29	8,22	10,14	4,15	5,61	15,69	4,6	8,58
Proche	9,62	11,05	10,53	12,68	11,28	11,62	12,55	11,36	11,79
Professionnel	5,49	5,64	5,58	5,52	5,51	5,51	4,77	5,96	5,53
Organisme de soutien	28,26	27,62	27,85	23,5	19,84	20,73	13,63	10,65	11,72
Spécialiste	18,07	14,95	16,09	30,72	29,73	29,97	39,75	44,88	43,04
<b>Type de relations ayant facilité la création ou le démarrage</b>									
Seul	54,97	66,28	59,11	48,14	56,49	50,17	53,88	62,47	56,97
Relation fournisseurs	9,52	8,31	9,07	10,29	12,18	10,75	15,34	13,84	14,8
Relation client	24,21	16,48	21,38	29,79	24,22	28,44	12,65	10,69	11,94
Entreprise qui vous employait avant	11,31	8,94	10,44	11,77	7,11	10,64	18,13	13	16,29
<b>Participation du conjoint à la création en 2006</b>									
Non	30,09	25,94	27,46	24,2	31,11	29,43	24,86	32,94	30,04
Oui	6,01	9,38	8,14	10,43	10,62	10,58	18,87	20,19	19,72
Non concerné	63,9	64,69	64,4	65,36	58,27	59,99	56,27	46,87	50,24

	Indépendants			Créateurs			Repreneurs		
	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total
<b>Avez-vous une autre activité ? en 2006</b>									
Non	89,19	90,67	90,13	83,05	80,51	81,13	91,6	85,18	87,49
Oui	10,81	9,33	9,87	16,95	19,49	18,87	8,4	14,82	12,51
<b>Mode de gestion des besoins de trésorerie</b>									
Pas de besoin	25,53	19,37	21,65	18,18	20,11	19,64	16,81	21,46	19,8
Découvert bancaire, autres délais*	6,9	8,39	7,84	10,62	9,92	10,09	15,15	13,15	13,86
Emprunts bancaires ou autre type emprunt	6,13	6,55	6,39	7,19	7,34	7,3	11,53	13,79	12,98
Autofinancement	6,47	8,51	7,75	10,42	12,54	12,03	11,19	14,58	13,37
Ressources perso, famille ou associés	16,46	15,02	15,56	19,25	18,22	18,47	19,72	19,69	19,7
NA	38,52	42,15	40,81	34,34	31,86	32,46	25,6	17,33	20,28
<b>Type de problèmes de trésorerie rencontrés</b>									
Endettement trop élevé et autre problèmes Financiers importants	11,24	8,08	9,2	4,79	5,1	5,02	9,3	9,75	9,6
Difficultés d'accès au crédit	3,01	3,42	3,28	2,94	3,95	3,71	4,35	3,91	4,06
Défaut ou retard de paiement des clients	10,13	19,83	16,39	18,01	18,71	18,54	11,35	11,37	11,37
Exigence des fournisseurs	4,47	4,24	4,32	9,19	6,31	7	8,5	7,23	7,67
Baisse important du chiffre d'affaire	16,14	13,41	14,38	15,74	11,89	12,82	16,61	17,09	16,93
NA	55,02	51,01	52,43	49,33	54,04	52,91	49,89	50,64	50,38
<b>Chiffre d'affaires annuel en euros en 2009</b>									
NSP	54,1	58,55	56,92	58,52	53,39	54,64	48,78	39,29	42,7
inf. 50000	30,23	20,27	23,91	13,34	9,93	10,76	4,61	4,28	4,39
[50000;150000]	11,85	15,06	13,88	12,73	15,29	14,67	19,36	15,83	17,1
[150000;760000]	3,25	5,78	4,85	12,74	17,58	16,4	21,96	29,35	26,69
plus de 760000	0,57	0,35	0,43	2,66	3,81	3,53	5,29	11,26	9,11

	Indépendants			Créateurs			Repreneurs		
	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total
<b>Investissement de départ, en euros</b>									
[0;4000]	48,54	43,02	45,04	29,57	26,04	26,9	8,89	5,29	6,58
[4000;16000]	26,07	31,66	29,61	34,77	37,34	36,71	16,89	17,02	16,97
[16000;40000]	13,44	14	13,8	18,01	18,85	18,65	18,54	15,44	16,56
[plus de 40000]	11,95	11,32	11,55	17,65	17,78	17,74	55,68	62,25	59,89
<b>Dernier diplôme obtenu</b>									
BAC ou moins	58,82	72,56	67,53	52,95	59,04	57,56	71,54	69,69	70,35
1er et 2e cycle	26,87	17,4	20,87	32,46	25,17	26,94	19,72	18,15	18,71
3 e cycle	14,31	10,04	11,6	14,59	15,79	15,5	8,74	12,17	10,94
<b>Motivations à la création</b>									
Indépendance	13,03	15,68	14,71	9,6	13,29	12,39	12,21	12,14	12,17
Goût d'entreprendre	8,52	8,5	8,51	12,17	14,07	13,61	13,7	15,13	14,61
Amélioration du niveau de vie	12,44	16,2	14,83	11,85	15,62	14,7	14,31	14,85	14,66
Opportunité	12,82	9,16	10,5	12,33	12,22	12,24	30,2	31,5	31,04
Idée	6,33	6,39	6,36	14,88	12,75	13,27	2,83	4,59	3,96
Exemple de l'entourage	4,47	6,93	6,03	5,45	5,91	5,8	6,91	5,75	6,16
Sans emploi, volonté de créer	22,97	21,13	21,8	24,19	17,96	19,48	13,11	9,85	11,02
Sans emploi, contraint de créer	19,42	16,01	17,26	9,53	8,18	8,51	6,73	6,18	6,38
<b>Statut dans l'emploi avant la création</b>									
Indépendant/Chef d'entreprise	8,2	6,96	7,41	13,43	23,71	21,21	16,48	28,55	24,21
Salarié	32,03	38,18	35,93	27,53	31,67	30,67	42,72	43,95	43,51
Au chômage	41,85	44,82	43,73	43,43	38,41	39,63	29,48	23,73	25,8
Sans activité	12,78	7,72	9,57	12,62	4,59	6,55	9,4	2,93	5,25
Étudiant	5,14	2,33	3,36	2,99	1,61	1,95	1,91	0,84	1,23
<b>Part de l'emprunt bancaire dans le financement de départ</b>									
[0 %]	63,89	62,61	63,08	58,58	58,17	58,27	19,51	19,63	19,59
[0;50 %]	17,18	17,05	17,1	20,07	18,93	19,21	28,73	24,16	25,8
[50;100 %]	18,93	20,34	19,82	21,35	22,9	22,52	51,76	56,21	54,61

	Indépendants			Créateurs			Repreneurs		
	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total
<b>Tranches d'âge</b>									
Moins de 30 ans	25,74	24,14	24,73	20,9	18,68	19,22	24,14	16,8	19,44
30 -50 ans	58,04	61,74	60,38	65,9	63,8	64,31	59,77	66,84	64,3
Plus de 50 ans	16,22	14,12	14,89	13,2	17,52	16,47	16,09	16,35	16,26
<b>Aides à la création dont les créateurs ont bénéficié</b>									
Aucune aide	50,9	50,12	50,41	52,19	57,61	56,29	65,18	71,27	69,08
ACCRE	28,49	26,5	27,23	26,19	20,96	22,24	20,53	17,17	18,38
EDEN	1,88	1,84	1,85	1,6	1,52	1,54	1,89	1,08	1,37
PCE	2,9	3,34	3,18	4,53	4,7	4,66	2,92	1,29	1,88
Aides régionales	0,82	0,94	0,89	1,39	0,93	1,04	1,06	1,3	1,22
Aides locales et départementales	1,02	1,36	1,24	1,48	1,15	1,23	1,42	1,15	1,25
Exonération de cotisations sociales ou d'impôts	14	15,89	15,2	12,61	13,12	13	7	6,74	6,83





## ANNEXE 3

## Analyse économétrique de la base GEM

## 1. L'intention de créer une entreprise

## Les différentes spécifications

Un premier type de spécification inclut les huit pays étudiés sur les huit années disponibles (2002-2009, l'année 2001 n'étant pas renseignée en ce qui concerne les « intentions »). Des variables indicatrices permettent de repérer les biais nationaux et annuels. Ne sont retenues que les personnes d'âge compris entre 18 et 65 ans. Le nombre d'observations total est voisin de 500 000 individus<sup>62</sup>. L'année 2007 est manquante en Allemagne et les années 2007, 2008 et 2009 le sont pour la Suède. Pour les autres, les variables d'intentions sont disponibles de 2002 à 2009.

Un second type de spécification est directement national afin de pouvoir comparer entre les pays les effets de chaque variable explicative.

À chaque fois, deux spécifications sont comparées, l'une sans les variables « subjectives d'intériorisation » que sont « se sent capable de », « à peur d'échouer », « voit des opportunités de », et l'autre avec. Une des questions posée est en effet le degré d'intériorisation des contraintes par les femmes et l'existence d'un effet « femme » résiduel dans la mesure de l'intention de créer une entreprise.

Chaque variable explicative est étudiée directement et « croisée » avec le fait d'être une femme car l'effet peut être différencié en fonction du genre. Enfin, les variables que nous avons à notre disposition dans la base GEM, susceptibles de décrire « objectivement » la situation d'un créateur potentiel, sont les suivantes :

- l'âge (variable quantitative) à laquelle est ajouté un effet de non-linéarité par la variable « Sénior » distinguant les plus de 65 ans ;
- le fait d'être sans-emploi qui recouvre les chômeurs et les sans-emplois au foyer mais exclut étudiants et retraités, variable « Sans-emploi » ;
- le fait d'avoir un emploi (temps plein ou temps partiel), autre que le projet éventuellement en cours de lancement, variable « En emploi » ;
- le fait d'avoir un revenu dans le tiers inférieur de la population, variable « Bas revenu » ;
- le fait d'avoir un revenu dans le tiers supérieur de la population, variable « Haut revenu » ;
- le fait d'avoir un diplôme en deçà du 2<sup>nd</sup> degré, variable « Bas diplôme » ;
- le fait d'avoir un diplôme d'études supérieures, variable « Haut diplôme » ;
- le fait de connaître au moins une personne qui a créé une entreprise dans les douze derniers mois, variable « Réseau » ;
- le fait d'être seul dans son ménage, variable « Single » ;

<sup>62</sup> Allemagne : 49 000 observations utilisables ; Danemark : 25 000 ; Espagne : 157 000 ; France : 14 000, Italie : 19 000 ; Suède : 35 000 ; Royaume-Uni : 166 000 ; États-Unis : 28 000.

- le fait d'être au moins trois dans son ménage, variable « Enfants ». Attention, il n'est pas sûr qu'un effectif d'au moins trois dans le ménage implique la présence d'au moins un enfant.

### Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon

L'âge, renforcé par un effet de séniorité, réduit les probabilités d'avoir l'intention de se lancer, toutes choses égales par ailleurs. Par rapport aux retraités et aux étudiants, les « sans emploi » y songent plus fréquemment, et plus fréquemment également que les personnes « en emploi ». Les plus hauts revenus, comme les plus bas, trouvent des raisons plus fréquentes d'avoir envie de se lancer que les revenus médians. Plus les études sont couronnées par un diplôme élevé, et plus on observe d'ambitions en matière de création d'entreprise. Le fait d'avoir des enfants n'est pas discriminant, en revanche, le fait d'être célibataire va avec l'intention de se lancer. Enfin, la variable « réseau » est la plus impactante (connaissance de quelqu'un qui s'est récemment lancé dans l'entrepreneuriat).

Lorsque l'on compare les différents pays de l'échantillon, seuls les États-Unis semblent plus propices que la France au fait d'avoir l'intention de créer une entreprise. L'Italie semble assez proche de la France en la matière, mais est significativement moins favorable. Enfin, les Danois, et plus encore les Espagnols, semblent moins enclins que les Français à se projeter dans l'entrepreneuriat.

Lorsqu'on « contrôle » par ces différentes variables, un « facteur femme », fortement négatif, apparaît. L'introduction des variables subjectives modifie significativement les résultats et réduit cet effet négatif sur l'intention de créer une entreprise observé lorsque l'on est une femme.

Des trois variables, le fait de « se sentir les capacités » est très nettement celle qui a l'effet le plus marqué. Un autre point intéressant est la bascule du côté « négatif », du fait d'être en emploi. Si l'on corrige par ces variables de représentations, il semble bien qu'être en emploi aille plus fréquemment avec l'absence d'intention de se lancer, alors que l'effet positif d'être « sans emploi » perdure.

Enfin, la prise en compte de ces variables subjectives fait que tous les pays sont désormais moins propices que la France à l'intention d'entreprendre, y compris les États-Unis, avec des « rapports » parfois très importants (3 contre 1 par exemple pour la France, contre le Danemark ou l'Espagne).

**Tableau A3.1**  
**Effets sur la probabilité d'avoir l'intention de créer une entreprise**  
**sans et avec variables subjectives**  
**(huit pays ensemble)**

	Sans	Avec
Femme	0,60	0,75
Age	0,97	0,97
Sénior	0,76	0,82
Sans emploi	1,38	1,32
En emploi	1,14	0,93
Faibles revenus	1,15	1,22
Hauts revenus	1,13	1,03
Faible diplôme	0,84	0,91
Haut diplôme	1,19	1,13
Réseau	4,58	2,54
Célibataire	1,28	1,32
Avec enfants	0,97	0,99
Peur d'échouer		0,79
Capacités		4,64
Opportunités		2,42
<i>Allemagne</i>	0,72	0,58
<i>Espagne</i>	0,45	0,29
<i>Suède</i>	0,74	0,47
<i>Danemark</i>	0,52	0,35
<i>Etats-Unis</i>	1,29	0,77
<i>Royaume-Uni</i>	0,66	0,42
<i>Italie</i>	0,91	0,70
<b>c</b>	0,76	0,83

  significatif à un seuil inférieur à 1 %  
  significatif à un seuil inférieur à >5 %  
  significatif à un seuil inférieur à 10 %  
  non significatif au seuil de 10 %

Sont présentés les « odd-ratios » ou « rapports de chances » pour chaque variable. Ils se lisent comme un surcroît de probabilité de se trouver dans le cas étudié par rapport à une situation prise en référence (femme en référence à homme, hauts et bas revenus en référence à revenus médians, etc.). Si le ratio est supérieur à 1, la variable explicative se rencontre plutôt plus souvent, concomitamment avec le cas où la personne répond qu'elle a l'intention de créer une entreprise prochainement. S'il est inférieur à 1, on en infère une probabilité plus faible d'être dans ce cas. Un *odds ratio* de 2 se lit comme un rapport de 2 chances contre 1, ou deux fois plus de chances d'avoir l'intention de créer une entreprise que lorsqu'on est dans la situation de référence.

#### Les résultats détaillés pays par pays

Le « facteur femme », conditionnellement à l'ensemble des variables, est significativement négatif partout. C'est en France que l'effet est le plus pénalisant.

L'âge joue négativement dans tous les pays. L'effet « sénior » n'est pas significatif en Espagne et en Italie. C'est en France qu'il est le plus fort et aux États-Unis qu'il l'est le moins.

Il n'y a pas d'effet « emploi » en France. Il n'y a pas non plus de propension plus grande chez les « en emploi » aux États-Unis et au Royaume-Uni. L'effet « sans-emploi » est en

revanche fort au Danemark et dans une moindre mesure en Suède, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

Les plus faibles revenus sont plus fréquemment inspirés par l'entrepreneuriat – toutes choses égales par ailleurs –, notamment en France et en Italie. Les hauts revenus ne semblent pas aussi motivés, en particulier au Danemark, en France, en Suède et aux États-Unis.

L'effet « diplôme » joue partout sauf aux États-Unis. C'est en France que les non diplômés du secondaire semblent le plus gênés pour avoir l'intention de se lancer.

La variable « réseau » domine partout. C'est en France qu'elle a l'impact le plus modéré ; en Allemagne qu'elle est la plus déterminante.

L'introduction des variables subjectives apporte quelques modifications aux résultats, avec en particulier une nette réduction de l'effet négatif du « facteur femme ». On note que dans tous les pays le fait de « se sentir les capacités » est très nettement la variable qui a l'effet le plus marqué. C'est en France où le facteur « peur d'échouer » est le plus fort et où le facteur « se sentir les capacités » est le moins fort (hormis la Suède). La peur d'échouer n'est pas une variable statistiquement significative aux États-Unis et seulement faiblement en Italie.

L'effet de « disparition » ou de « réduction » (voire d'inversion en Allemagne) de la propension plus élevée des personnes « en emploi » à avoir l'intention de se lancer, constaté au niveau global, se retrouve dans tous les pays. On note également une moindre importance des effets « diplôme » suite à l'introduction de ces variables ; ils ne « résistent » qu'en Italie et au Royaume-Uni et jouent désormais négativement aux États-Unis. Enfin, le fait de disposer de hauts revenus n'a plus d'impact, sauf en Italie.

**Tableau A3.2**  
Effets sur la probabilité d'avoir l'intention de créer une entreprise,  
sans et avec variables subjectives

	Allemagne		Danemark		Espagne		France	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,60	0,79	0,59	0,79	0,78	0,85	0,52	0,61
Age	0,98	0,96	0,98	0,97	0,97	0,97	0,96	0,95
Senior	0,61	0,67	0,61	0,63	1,04	1,09	0,47	0,50
Sans emploi	1,27	1,22	2,18	2,06	1,27	1,19	0,98	1,10
En emploi	1,08	0,85	1,27	1,09	1,71	1,31	0,99	1,00
Faibles revenus	1,21	1,34	1,21	1,31	1,11	1,15	1,34	1,35
Hauts revenus	1,23	1,03	1,04	0,94	1,14	1,05	1,09	1,05
Faible diplôme	0,84	0,91	0,83	0,92	0,88	0,94	0,65	0,71
Haut diplôme	1,25	1,11	1,13	1,07	1,04	1,01	1,19	1,06
Réseau	6,50	2,97	3,86	2,59	3,94	2,65	1,91	1,31
Célibataire	1,09	1,06	0,89	0,98	1,22	1,24	1,54	1,51
Avec enfants	0,82	0,90	0,83	0,76	0,98	1,01	1,17	1,16
Peur d'échouer		0,59		0,65		0,76		0,50
Capacités		7,14		4,53		4,38		3,72
Opportunités		2,33		1,57		2,28		1,64
<i>c</i>	0,78	0,86	0,74	0,81	0,74	0,81	0,75	0,80

significatif à un seuil inférieur à 1%  
 significatif à un seuil inférieur à >5%  
 significatif à un seuil inférieur à 10%  
 non significatif au seuil de 10%

**Tableau A3.3**  
**Effets sur la probabilité d'avoir l'intention de créer une entreprise,**  
**sans et avec variables subjectives**

	Italie		Suède		Royaume-Uni		Etats-Unis	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,66	0,76	0,48	0,60	0,54	0,70	0,62	0,79
Age	0,94	0,93	0,98	0,96	0,98	0,97	0,99	0,97
Senior	<b>0,92</b>	<b>1,11</b>	0,54	0,59	0,69	0,76	0,83	<b>0,96</b>
Sans emploi	1,25	<b>1,22</b>	1,68	1,73	1,66	1,59	1,52	1,44
En emploi	0,84	0,68	1,13	<b>1,04</b>	<b>0,95</b>	0,76	<b>1,04</b>	<b>0,87</b>
Faibles revenus	1,36	1,39	<b>0,98</b>	<b>1,01</b>	1,09	1,18	<b>1,07</b>	1,19
Hauts revenus	1,36	1,36	<b>1,11</b>	<b>1,03</b>	1,16	<b>1,05</b>	<b>1,03</b>	<b>0,97</b>
Faible diplôme	0,85	<b>0,88</b>	0,73	0,79	0,83	0,89	<b>0,98</b>	<b>1,09</b>
Haut diplôme	1,64	1,57	1,16	<b>1,10</b>	1,47	1,38	<b>0,91</b>	0,86
Réseau	4,13	2,37	2,66	2,02	6,16	2,66	5,73	2,38
Célibataire	<b>1,49</b>	<b>1,51</b>	-	-	<b>1,21</b>	<b>1,30</b>	<b>1,18</b>	<b>1,10</b>
Avec enfants	<b>0,82</b>	<b>0,83</b>	-	-	<b>1,05</b>	<b>1,06</b>	<b>1,12</b>	<b>1,03</b>
Peur d'échouer	-	<b>1,13</b>	-	0,77	-	<b>0,93</b>	-	<b>1,01</b>
Capacités	-	5,13	-	3,21	-	4,94	-	5,36
Opportunités	-	1,64	-	1,49	-	3,32	-	3,27
<i>c</i>	<i>0,81</i>	<i>0,86</i>	<i>0,72</i>	<i>0,77</i>	<i>0,77</i>	<i>0,87</i>	<i>0,76</i>	<i>0,85</i>

significatif à un seuil inférieur à 1%  
 significatif à un seuil inférieur à >5%  
 significatif à un seuil inférieur à 10%  
 non significatif au seuil de 10%

### Analyse des effets croisés

L'introduction des effets croisés permet d'approfondir l'analyse mais devient délicate du fait de la taille des échantillons.

Au niveau des huit pays considérés ensemble, la séniorité des femmes ne présente pas de spécificités. Cette neutralité au niveau global provient d'une hétérogénéité entre pays. On note en particulier qu'au seuil de 1 %, l'*odds ratio* des femmes seniors est de 0,71 (respectivement 4 % et 0,76 si l'on prend en considération les variables subjectives). De même, en Italie et au Royaume-Uni, l'effet est négatif, avec un ratio de 0,54 au seuil de 2 % (0,59 au seuil de 4,4 % avec variables subjectives) pour le premier des deux pays et 0,86 au risque 3 % (0,89 à un risque de 11 % seulement si l'on prend en considération les variables subjectives) pour le second. À l'inverse, en Suède et au Danemark, les femmes de plus de 55 ans présentent une propension plus élevée que les plus jeunes, toutes choses égales par ailleurs : 1,34 au risque de 3 % (1,44 à 1 %) pour la première, 1,48 à 3 % (1,44 à 5 %) pour le second.

En France, comme d'ailleurs en Espagne, la variable croisée femme de plus de 55 ans n'a un impact qu'au seuil de 8 % et uniquement dans une spécification intégrant les variables subjectives. La propension de ces femmes à ambitionner une création d'entreprise est alors supérieure à celle des hommes (1,6 pour la France ; 1,15 pour l'Espagne).

Même configuration pour la variable croisée « femme et réseau » : elle ne présente pas de spécificité au niveau global du fait de différences entre les pays. On note en particulier qu'au seuil de 2 %, l'*odds ratio* des femmes italiennes avec réseau est de 0,74 (respectivement 1 % et 0,72 si l'on prend en compte les variables subjectives). De même, en Espagne, l'effet est faible, mais négatif, avec un ratio de 0,9 au seuil de 3 % (avec ou

sans les variables subjectives). À l'inverse, au Royaume-Uni on note (uniquement dans la spécification sans variable subjective) un ratio supérieur à 1 (1,15)<sup>63</sup> au risque 1 % et, dans les spécifications avec variables subjectives au seuil de 3 % en France, un ratio de 1,31.

Le fait d'avoir des enfants présents dans le ménage pour une femme n'est significatif ni au niveau global ni dans un pays particulier. De même, être femme et disposer de revenus faibles n'a pas d'incidence sur la propension à ambitionner une création d'entreprise. Seule l'Espagne – à condition de ne pas prendre en compte les variables subjectives – laisse apparaître un effet, avec un ratio de 1,26 au seuil de 1 %.

En revanche, le fait d'être femme sans emploi est très significativement un frein, avec un ratio de 0,79 ou 0,78 (sans ou avec les variables subjectives) à un risque inférieur à 1 %. De fait l'Espagne, le Royaume-Uni et les États-Unis présentent de manière robuste des propensions moindres à ambitionner une création d'entreprise pour les femmes sans emploi, avec respectivement 0,59 (0,64), 0,71 (0,70) et 0,80 (0,74), à un risque inférieur à 1 % pour les deux premiers, à 4 % pour les États-Unis. La France en revanche, fait apparaître une propension plus élevée des femmes sans emploi, avec un rapport de 1,68 (1,59) au risque 1 %.

Les femmes diplômées de l'enseignement supérieur présentent pour leur part une propension significativement plus élevée (1,08 au risque 1 %) qui disparaît toutefois si l'on prend en considération les variables subjectives. D'ailleurs, seul le Royaume-Uni dans une analyse pays par pays laisse apparaître cette propension supérieure à la moyenne pour les femmes très diplômées, avec un ratio de 1,3 (1,16) au risque de 1 %.

## 2. Le passage à l'acte

### Les différentes spécifications

Comme au paragraphe précédent, un premier type de spécification inclut les huit pays étudiés sur les neuf années disponibles (2001-2009). Des variables indicatrices permettent de repérer les biais nationaux et annuels. Ne sont retenues que les personnes d'âge compris entre 18 et 65 ans. Un second type de spécification est directement national afin de pouvoir comparer les effets entre les différents pays de chaque variable explicative.

À chaque fois, deux spécifications sont comparées, l'une sans les variables « subjectives d'intériorisation » que sont « se sent capable de », « à peur d'échouer », « voit des opportunités de », et l'autre avec. Les variables « explicatives » sont les mêmes que précédemment. Chaque variable explicative est étudiée directement et « croisée » avec le fait d'être une femme.

### Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon

L'âge, renforcé par un effet de séniorité, réduit les probabilités de se lancer, toutes choses égales d'ailleurs. Par rapport aux retraités et aux étudiants, les « sans emploi » ont nettement plus de chances de créer une entreprise, mais moins que les personnes « en emploi ». On ne relève aucun effet lié aux revenus, mais plus les études sont couronnées par un diplôme élevé, plus on observe de créateurs d'entreprise. Le fait d'avoir des enfants n'est pas discriminant ; en revanche, le fait d'être célibataire est plus fréquent chez les

---

<sup>63</sup> Les chiffres entre parenthèses renvoient dorénavant aux estimations réalisées avec les variables subjectives. Lorsque les seuils de risque sont identiques dans les deux types de spécification (sans et avec variables subjectives), ils ne sont pas répétés ; de même pour les *odds ratios*.

créateurs. Enfin, la variable la plus impactante est ici aussi la variable « réseau » (connaissance de quelqu'un qui s'est récemment lancé dans l'entrepreneuriat).

Lorsque l'on compare les différents pays de notre échantillon, seuls les États-Unis et l'Allemagne – dans une moindre mesure – semblent plus propices à la création d'entreprise que la France (prise ici comme référence). À l'inverse, le Danemark et plus encore la Suède présentent, toutes choses égales par ailleurs, des probabilités bien plus faibles de se lancer.

Lorsqu'on « contrôle » par ces différentes variables, il subsiste un « facteur femme ». Celui-ci est important et, comme attendu, négatif. L'introduction des variables subjectives réduit nettement cet effet négatif d'être une femme sur la probabilité de créer une entreprise.

Des trois variables subjectives, « se sentir les capacités » est très nettement celle qui a l'effet le plus marqué, comme déjà observé pour l'intention de se lancer.

D'autres points sont à noter dans la spécification avec les variables subjectives :

- tassement de l'effet « en emploi » ;
- « disparition » d'un effet « peu diplômé » : les variables subjectives résument donc de façon plus efficace (pour ce qui est de la probabilité de se lancer) l'information apportée par le fait de n'avoir pas de diplôme du secondaire. On observe également une réduction de l'effet de la variable « diplômes du supérieur » ;
- à l'inverse, les variables de revenus, non significatives dans la première spécification, apparaissent significatives aux côtés des variables subjectives, indiquant par là que l'effet sur la probabilité de se lancer d'avoir une forme de confiance en soi n'intervient pas de la même façon lorsqu'on a de faibles ou de hauts revenus. Très clairement, le niveau de revenu va être une contrainte motivante pour les plus faibles revenus et à l'inverse une moindre incitation à se compliquer la vie pour les plus hauts, une fois que l'on contrôle par des variables témoignant de sa confiance en soi ;
- à noter que la « hiérarchie » entre les pays n'est pas modifiée, mais que l'Allemagne est désormais non significativement différente de la France en la matière et que seuls les États-Unis restent plus propices à la création, mais dans un rapport bien moins spectaculaire.

**Tableau A3.4**  
**Effets sur la probabilité de créer une entreprise,**  
**sans et avec variables subjectives**  
**(huit pays ensemble)**

	Sans	Avec
Femme	0,63	0,80
Age	0,99	0,99
Sénior	0,80	0,86
Sans emploi	1,67	1,60
En emploi	2,32	1,96
Faibles revenus	1,02	1,08
Hauts revenus	0,97	0,87
Faible diplôme	0,95	1,03
Haut diplôme	1,12	1,06
Réseau	3,72	1,90
Célibataire	1,24	1,25
Avec enfants	0,96	0,97
Peur d'échouer		0,72
Capacités		6,02
Opportunités		2,22
<i>Allemagne</i>	1,28	1,08
<i>Espagne</i>	0,67	0,43
<i>Suède</i>	0,31	0,19
<i>Danemark</i>	0,48	0,32
<i>Etats-Unis</i>	2,46	1,49
<i>Royaume-Uni</i>	0,81	0,52
<i>Italie</i>	0,83	0,63
<b>c</b>	0,74	0,83

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

### Les résultats pays par pays

Le « facteur femme » joue négativement dans tous les pays. L'effet est le plus marqué en France et en Suède, puis au Royaume-Uni. C'est en Espagne qu'il joue le plus faiblement.

L'âge n'apparaît pas comme un facteur significatif au Danemark, et il ne joue que pour les plus séniors en Suède, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

La hiérarchie en matière de statut en emploi (les personnes « en emploi » plus fréquemment créateurs que les « sans-emploi », elles-mêmes plus fréquemment créateurs que les retraités et étudiants) se retrouve en Allemagne, en Espagne, en France, mais elle est inversée dans d'autres pays : Danemark, Italie, Royaume Uni et États-Unis.



Dans certains pays, il existe un effet revenu : les plus bas revenus ont une propension plus élevée à la création, toutes choses égales par ailleurs, en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Aux États-Unis, faire partie des plus hauts revenus joue à l'inverse négativement. En Espagne, cet effet négatif est complété par un effet négatif occasionné par le fait de disposer d'un revenu faible.

L'effet diplôme n'est pas observé dans tous les pays : il est non significatif en Allemagne et en Espagne. Il est en revanche bien présent en France et en Suède. Dans les autres pays, seul le fait de disposer d'un diplôme d'études supérieures a un effet : positif au Danemark, en Italie et au Royaume Uni, et, curieusement, négatif aux États-Unis.

La situation familiale a peu d'impact. Elle ne joue que par le fait d'être célibataire, et uniquement en Espagne et au Royaume-Uni. Enfin, la variable réseau reste, pays par pays, la plus impactante. C'est en France qu'elle joue le plus faiblement.

L'introduction des variables subjectives réduit très significativement les impacts négatifs d'être une femme, en matière de création d'entreprise. L'effet n'est plus statistiquement significatif en Allemagne ni dans une moindre mesure au Danemark. La réduction est très importante aux États-Unis et en Espagne également. C'est en France que « l'effet d'intériorisation » semble le plus faible (voir plus bas).

Les autres modifications sensibles concernent les variables de revenus et de niveau d'éducation qui, d'une façon générale, ont des effets moins marqués. Ici encore, la France se distingue par le rapport le plus mauvais, pour ce qui est d'avoir peur d'échouer, et l'effet le moins marqué de la variable « se sentir les capacités à entreprendre ».

**Tableau A3.5**  
**Effets sur la probabilité de créer une entreprise**  
**sans et avec variables subjectives**

	Allemagne		Danemark		Espagne		France	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,73	<b>0,95</b>	0,63	<b>0,88</b>	0,81	0,88	0,48	0,59
Age	1,00	0,99	<b>0,99</b>	0,98	0,99	0,98	0,99	0,98
Senior	0,68	0,72	<b>0,83</b>	<b>0,87</b>	<b>1,10</b>	1,16	0,59	0,61
Sans emploi	1,43	1,40	3,57	3,40	4,22	4,04	<b>1,58</b>	1,73
En emploi	1,68	1,43	2,17	1,89	28,93	21,49	1,79	1,79
Faibles revenus	<b>1,08</b>	1,18	<b>1,01</b>	<b>1,07</b>	0,76	0,79	1,39	1,40
Hauts revenus	<b>1,06</b>	<b>0,90</b>	<b>1,15</b>	<b>1,04</b>	0,89	0,82	<b>1,07</b>	<b>1,03</b>
Faible diplôme	<b>0,98</b>	<b>1,06</b>	<b>0,91</b>	<b>1,05</b>	<b>0,99</b>	<b>1,04</b>	0,67	<b>0,75</b>
Haut diplôme	<b>1,02</b>	<b>0,92</b>	1,26	1,21	<b>0,98</b>	<b>0,96</b>	1,35	<b>1,21</b>
Réseau	4,47	2,30	3,81	2,45	2,55	1,56	2,16	1,36
Célibataire	<b>1,05</b>	<b>1,01</b>	<b>0,69</b>	<b>0,73</b>	<b>1,40</b>	<b>1,42</b>	<b>0,94</b>	<b>0,91</b>
Avec enfants	<b>0,82</b>	<b>0,86</b>	<b>0,84</b>	<b>0,76</b>	<b>1,03</b>	<b>1,04</b>	<b>1,17</b>	<b>1,16</b>
Peur d'échouer		0,72		0,55		0,68		0,47
Capacités		5,26		5,01		8,73		3,44
Opportunités		2,06		1,60		1,85		2,26
<b>c</b>	<b>0,73</b>	<b>0,81</b>	<b>0,73</b>	<b>0,81</b>	<b>0,75</b>	<b>0,84</b>	<b>0,75</b>	<b>0,81</b>

significatif à un seuil inférieur à 1%  
significatif à un seuil inférieur à >5%  
significatif à un seuil inférieur à 10%  
non significatif au seuil de 10%

**Tableau A3.6**  
**Effets sur la probabilité de créer une entreprise**  
**sans et avec variables subjectives**

	Italie		Suède		Royaume-Uni		Etats-Unis	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,58	0,69	0,48	0,67	0,53	0,72	0,66	0,86
Age	0,98	0,98	<b>1,00</b>	0,99	<b>1,00</b>	0,99	<b>1,00</b>	0,99
Senior	0,51	0,56	0,52	0,57	0,71	0,76	0,83	<b>0,94</b>
Sans emploi	2,29	2,17	<b>1,12</b>	<b>1,15</b>	1,87	1,77	1,54	1,45
En emploi	1,67	1,46	<b>0,98</b>	<b>0,87</b>	1,67	1,39	1,38	<b>1,19</b>
Faibles revenus	1,44	1,47	<b>1,00</b>	<b>1,03</b>	1,13	1,24	1,21	1,36
Hauts revenus	<b>1,29</b>	<b>1,21</b>	<b>1,13</b>	<b>1,00</b>	<b>0,98</b>	0,87	<b>0,90</b>	0,84
Faible diplôme	<b>0,92</b>	<b>0,99</b>	<b>0,77</b>	<b>0,87</b>	<b>0,95</b>	<b>1,03</b>	<b>0,94</b>	<b>1,03</b>
Haut diplôme	2,34	2,23	<b>1,22</b>	<b>1,14</b>	1,24	1,14	0,84	0,78
Réseau	2,50	1,47	3,18	2,11	4,71	1,99	5,10	2,16
Célibataire	<b>1,00</b>	<b>1,05</b>			<b>1,29</b>	<b>1,38</b>	<b>0,95</b>	<b>0,88</b>
Avec enfants	<b>0,95</b>	<b>0,99</b>			<b>1,11</b>	<b>1,11</b>	<b>0,99</b>	<b>0,92</b>
Peur d'échouer		<b>1,03</b>		0,46		0,80		<b>1,00</b>
Capacités		4,98		5,03		6,16		5,74
Opportunités		1,80		1,69		2,78		2,87
<b>c</b>	<b>0,75</b>	<b>0,82</b>	<b>0,71</b>	<b>0,80</b>	<b>0,74</b>	<b>0,84</b>	<b>0,73</b>	<b>0,83</b>

significatif à un seuil inférieur à 1%  
 significatif à un seuil inférieur à >5%  
 significatif à un seuil inférieur à 10%  
 non significatif au seuil de 10%

### Analyse des effets croisés

Au niveau des huit pays considérés ensemble, la séniorité des femmes est un frein à la création : les femmes de plus de 55 ans créent moins fréquemment qu'attendu, dans un rapport de 0,86 (0,90) au risque 1 %. En fait, c'est essentiellement le cas au Royaume-Uni où, au risque 1 %, le rapport est de 0,78 (0,80). En Allemagne, l'effet est moins significatif (0,80 (0,83) mais au risque 5 % (11 % en présence des variables subjectives). Il est encore un peu discernable aux États-Unis (au risque 7 %) mais pas dans les autres pays. En Espagne, il joue même en sens inverse, les femmes de plus de 55 ans présentant une propension plutôt supérieure aux plus jeunes (1,19 (1,16) au risque 4 % (9 %)).

La variable croisée « femme et réseau » témoigne d'un levier plus grand du réseau lorsque les femmes en bénéficient, avec un rapport supérieur à 1. Quoique très significatif, l'effet reste toutefois modéré (1,17 (1,13) au risque 1 %). Ici encore, il est surtout le fait du Royaume-Uni, avec un rapport de 1,30 (1,17) au risque 1 %.

Le fait d'avoir des enfants présents dans le ménage pour une femme n'est significatif que si l'on prend en considération les variables subjectives, et seulement à un risque de 6 %. De fait, aucun pays ne présente de spécificités significatives pour les femmes avec enfants.

Comme pour l'intention de créer, être femme et disposer de revenus faibles n'ont pas d'incidence sur la propension à créer une entreprise au niveau global. On remarque toutefois une propension particulièrement plus forte que celle pour les revenus médians chez les femmes italiennes disposant de faibles revenus (rapport de 1,67 (1,73) à un risque inférieur à 2 %).

Le fait d'être femme sans emploi est très significativement un frein, avec un ratio de 0,65 (avec ou sans variables significatives) à un risque inférieur à 1 %. C'est ici que le plus grand

nombre de pays se distinguent. Toutefois, si l'Espagne (0,19 (0,22)), le Royaume-Uni (0,66 (0,67)) et les États-Unis (0,81 (0,76)) ont des rapports inférieurs à 1, la France, elle, présente une propension plus forte que la moyenne des femmes sans emplois à créer des entreprises.

Comme nous l'avons relevé pour les intentions, les femmes diplômées de l'enseignement supérieur présentent, pour leur part, une propension très légèrement plus élevée (1,08 au risque 3 %) qui disparaît toutefois si l'on prend en considération les variables subjectives. Pays par pays, seul le Royaume-Uni exhibe un rapport significativement supérieur à 1 (1,27, qui disparaît en présence des variables subjectives). À noter également l'Italie qui, très significativement, présente une propension inférieure aux autres : 0,58 (0,56).

### Part de l'écart hommes-femmes expliquée par le modèle

Les différentes équations estimées (pays par pays par exemple) donnent le rapport des chances « toutes choses égales par ailleurs » que le modèle prédit entre hommes et femmes en matière de création d'entreprises (« il y a x chance contre 1 qu'une femme crée une entreprise plutôt qu'un homme). L'écart avec le ratio effectivement observé tient alors aux différences entre hommes et femmes qui existent au travers des autres variables explicatives du modèle.

Dans l'idéal, le « facteur femme » ne serait pas significatif et ne resteraient que des effets soit socio-démographiques, soit psychologiques (*via* les trois variables subjectives). Une politique visant à égaliser factuellement les créations d'entreprises par les hommes et par les femmes s'attacherait alors à modifier les différents facteurs sociodémographiques ou psychologiques.

Le fait qu'il subsiste un « facteur femme » indique que nous n'avons pas identifié toutes les sources d'écart. Avant d'aller plus loin, il est toutefois important de mesurer cette part « non expliquée ». Le modèle lui-même « explique » au sens statistique de façon correcte, quelle que soit la spécification retenue (nous présentons à chaque fois la statistique « c » qui est une des mesures de l'adéquation du modèle à la réalité). Là nous nous intéressons d'une certaine façon au « pouvoir explicatif » des variables autres que « être une femme » sur la variable « être une femme », en ce qui concerne la création d'entreprise. Bref, nous mesurons la réduction de l'écart entre hommes et femmes au travers de l'évolution du *odds ratio* suite à l'introduction des autres variables.

On constate alors que les variables sociodémographiques et contextuelles expliquent entre « pratiquement rien » (en France) et plus de 50 % (en Espagne) de l'écart à 1 du rapport de chances ; lorsque l'on intègre les variables subjectives, le modèle explique entre 21 % (France) et la totalité (Allemagne et Danemark). La proportion expliquée par ces variables subjectives est donc entre 1/5<sup>e</sup> dans le cas Français et 4/5<sup>e</sup> au Danemark en passant par 50 % environ aux États-Unis. Deux pays « intérioriseraient » aussi faiblement que la France sur ce thème : l'Italie (25 %) et surtout l'Espagne (16 %).

Tableau A3.7

## Création d'entreprise selon le genre : l'impact des différentes variables

	Proportion de créateur chez les hommes	Proportion de créateur chez les femmes	Odds ratio* sans aucun effet correctif**	Odds ratio estimé sans variables subjectives***	Part expliquée	Odds ratio estimé avec variables subjectives****	Part expliquée	Gains dans l'explication
Allemagne	8,47%	5,19%	0,59	0,73	33%	0,95	100%	67%
Danemark	4,18%	2,30%	0,54	0,63	19%	0,88	100%	81%
Espagne	4,63%	2,77%	0,59	0,81	53%	0,88	70%	16%
France	7,35%	3,66%	0,48	0,48	1%	0,59	21%	21%
Italie	4,74%	2,74%	0,57	0,58	2%	0,69	27%	25%
Suède	3,16%	1,42%	0,44	0,48	7%	0,67	41%	34%
Royaume-Uni	5,14%	2,40%	0,45	0,53	14%	0,72	48%	34%
Etats-Unis	14,69%	9,30%	0,60	0,66	17%	0,86	65%	48%

\* soit p la proportion interprétée comme une proportion d'être créateur chez les hommes, p/(1-p) est la "chance" ou "odds" en anglais si q est la même proportion chez les femmes, [q/(1-q)] / [p/(1-p)] est le "rapport des chances" ou "odds ratio"

\*\* les odds ratios sont ceux calculés directement sur les proportions en échantillon et non estimées via les régressions logistiques

\*\*\* les odds ratios sont ceux qui sont estimés pour le "facteur femme" conditionnellement aux variables sociodémographiques, aux effets annuels, pays...

\*\*\*\* les odds ratios sont ici ceux estimés pour le "facteur femme" lorsque sont ajoutées les 3 variables d'intériorisation aux variables précédentes

Lecture : en France, il y a environ 2 chances pour un homme contre une femme de créer une entreprise, ou plus précisément, 0,48 chance pour une femme contre une pour un homme.

L'économétrie permet de corriger ce calcul en raisonnant "conditionnellement" au fait d'être telle année dans tel pays, d'avoir tel âge, tel revenu...

En France, le rapport des chances ou "odds ratio" n'est pas modifié et reste à 0,48 environ. Le gain n'est pas nul mais presque (1%)

La prise en compte des 3 variables supplémentaires a plus d'effet et réhausse l'odds ratio en France à 0,59%, soit un gain par rapport à l'odds ratio initial de 21%

La dernière colonne donne le surcroît d'explication apporté par les 3 variables supplémentaires par rapports aux variables sociodémographiques et contextuelles

### 3. L'entrepreneuriat (actionnaire-manager)

#### Les différentes spécifications

Comme au paragraphe précédent, un premier type de spécification inclut les huit pays étudiés, sur les neuf années disponibles (2001-2009). Des variables indicatrices permettent de repérer les biais nationaux et annuels. Ne sont retenues que les personnes d'âge compris entre 18 et 65 ans. Un second type de spécification est directement national afin de comparer entre les différents pays les effets de chaque variable explicative. Deux modèles sont étudiés chaque fois, avec et sans les variables « subjectives d'intériorisation » que sont « se sent capable de », « à peur d'échouer », « voit des opportunités de ». Les variables « explicatives » sont les mêmes que précédemment.

#### Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon

Ici, plus encore que pour l'intention et la création, il convient d'être prudent dans l'interprétation causale des résultats économétriques. En effet « être entrepreneur » recouvre non une décision mais un état qui perdure dans le temps. Ainsi se trouvent agrégées des personnes ayant déposé les statuts de leur entreprise mais encore chômeurs et des personnes chefs d'entreprises depuis plusieurs décennies.

L'âge, par exemple, est corrélé positivement avec le statut d'actionnaire-manager. En revanche la séniorité (plus de 55 ans) « joue » négativement (effet mécanique pour partie puisqu'on crée moins d'entreprise lorsqu'on a passé ce cap).

Les variables d'emploi ne sont pas, selon nous, directement exploitables et servent plus à « contrôler » l'effet des autres variables, en raisonnant toutes choses égales par ailleurs.

Les variables de revenu sont également sujettes à endogénéité. Il est simplement à noter que les corrélations ne sont pas très fortes : l'entrepreneuriat n'est pas de façon spectaculaire une façon de s'enrichir, toutes choses égales par ailleurs.

---

L'effet « diplôme » est très significatif mais assez faible en intensité. Ce résultat peut s'interpréter en termes de « brain drain » des grandes entreprises sur le tissu des PME-ETI.

Le fait d'être célibataire n'est pas significatif. En revanche, les entrepreneurs ont plus fréquemment des enfants, sans que cette causalité puisse être interprétée causalement.

La variable « réseau » reste très corrélée sans s'épuiser en un lien déterministe, ce qui signifie que la population des entrepreneurs comprend une sous-partie de chefs d'entreprises assez solitaires.

Lorsque l'on compare les différents pays de notre échantillon, la probabilité d'être chef d'entreprise est partout, sauf en Suède, supérieure à celle observée en France, toutes choses égales par ailleurs. Toutefois, l'incorporation des variables subjectives<sup>64</sup> modifie ce résultat et mettent l'Espagne et le Danemark au même niveau que la France et la Suède en deçà.

C'est ici un des questionnements à conduire : comment la France, *leader* en matière d'intentions mais aussi de créations effectives, est reléguée si loin derrière ? On trouvera dans le corps du document des analyses intégrant la pérennité et notamment la pérennité des entreprises unipersonnelles qui, mélangées dans GEM à l'ensemble des entreprises, biaisent sans doute les résultats. Lorsqu'on « contrôle » par ces différentes variables, il subsiste un « facteur femme », négatif et très significatif, mais fortement réduit.

---

<sup>64</sup> Les variables subjectives sont encore ici significatives : il est raisonnable d'observer une forte corrélation entre le fait de se sentir capable d'être entrepreneur et de l'être effectivement !

**Tableau A3.8**  
**Effets sur la probabilité d'être entrepreneur,**  
**sans et avec variables subjectives**  
**(huit pays ensemble)**

	Sans	Avec
Femme	0,65	0,81
Age	1,03	1,03
Senior	0,82	0,84
Sans emploi	0,82	0,78
En emploi	6,17	5,57
Faibles revenus	0,79	0,85
Hauts revenus	1,15	1,07
Faible diplôme	1,06	1,16
Haut diplôme	0,96	0,90
Réseau	3,05	1,65
Célibataire	<b>0,96</b>	<b>0,96</b>
Avec enfants	1,09	1,08
Peur d'échouer		0,69
Capacités		8,67
Opportunités		1,29
<i>Allemagne</i>	1,65	1,39
<i>Espagne</i>	1,53	<b>0,99</b>
<i>Suede</i>	<b>1,02</b>	0,68
<i>Danemark</i>	1,16	<b>0,94</b>
<i>Etats-Unis</i>	2,46	1,59
<i>Royaume-Uni</i>	1,84	1,31
<i>Italie</i>	2,07	1,84
<b>c</b>	<b>0,75</b>	<b>0,84</b>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

### Les résultats pays par pays

Le « facteur femme » joue négativement dans tous les pays. L'effet est le plus marqué au Danemark et en Suède, puis au Royaume-Uni. L'écart est moins grand en France, en Italie, aux États-Unis et moins encore en Allemagne. C'est en Espagne qu'il joue le plus faiblement.

Les résultats pays par pays confirment les observations sur l'ensemble de l'échantillon. Quelques exceptions, comme aux États-Unis où les effets revenus et diplômes sont tous non significatifs. On observe malgré tout qu'en matière de diplômes apparaissent deux groupes de pays : ceux pour lesquels les chefs d'entreprise sont plus probablement très diplômés (Italie, Allemagne et France) et ceux pour lesquels le « brain drain » de la part des grandes entreprises semble plus effectif : l'Espagne et le Royaume-Uni.

Enfin, la situation familiale n'apparaît significativement qu'au Danemark où les chefs d'entreprise sont très rarement célibataires et au Royaume-Uni où ils ont plus fréquemment des enfants que la moyenne de la population, toutes choses égales par ailleurs.

Enfin, la variable réseau et les trois variables subjectives restent fortement corrélées au fait d'être entrepreneur. Ici encore, le fait d'avoir peur d'échouer ne décourage pas les entrepreneurs américains tandis que les Français y semblent le plus sensibles. Les variables subjectives réduisent les écarts hommes femmes très significativement jusqu'à les faire disparaître aux États-Unis, en Espagne et dans une moindre mesure en Allemagne. La France avec l'Italie sont les deux pays où l'écart existe statistiquement mais est le plus faible. Le Danemark, le Royaume-Uni et la Suède sont moins bien positionnés en matière d'entrepreneuriat féminin.

**Tableau A3.9**  
Effets sur la probabilité d'être entrepreneur,  
sans et avec variables subjectives

	Allemagne		Danemark		Espagne		France	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,76	1,06	0,49	0,66	0,93	0,99	0,68	0,82
Age	1,03	1,02	1,03	1,02	1,02	1,02	1,04	1,04
Senior	0,81	0,86	0,87	0,88	0,90	0,93	0,61	0,62
Sans emploi	1,05	1,00	1,24	1,13	0,65	0,66	1,18	1,21
En emploi	4,35	3,95	4,48	4,14	33,88	28,64	5,30	5,30
Faibles revenus	0,80	0,88	0,67	0,72	0,69	0,72	1,15	1,18
Hauts revenus	1,30	1,13	1,09	1,00	1,16	1,11	1,17	1,12
Faible diplôme	0,83	0,91	0,85	1,01	1,25	1,38	0,70	0,79
Haut diplôme	1,17	1,10	1,06	1,00	0,85	0,84	1,21	1,07
Réseau	4,17	1,83	3,31	2,23	2,08	1,35	2,08	1,49
Célibataire	1,02	0,99	0,48	0,48	0,87	0,85	0,80	0,73
Avec enfants	1,03	1,09	1,24	1,17	1,07	1,04	1,11	1,08
Peur d'échouer		0,58		0,68		0,67		0,38
Capacités		11,88		5,17		9,91		3,23
Opportunités		1,25		1,27		0,99		1,07
<b>c</b>	<b>0,76</b>	<b>0,86</b>	<b>0,75</b>	<b>0,82</b>	<b>0,76</b>	<b>0,85</b>	<b>0,72</b>	<b>0,78</b>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à >5 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

**Tableau A3.10**  
**Effets sur la probabilité d'être entrepreneur,**  
**sans et avec variables subjectives**

	Italie		Suède		Royaume-Uni		Etats-Unis	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,72	0,86	0,46	0,66	0,49	0,66	0,74	<b>0,94</b>
Age	1,02	1,02	1,05	1,04	1,04	1,04	1,03	1,02
Senior	0,62	0,64	0,62	0,65	0,83	0,84	<b>0,93</b>	<b>1,02</b>
Sans emploi	0,67	0,63	0,49	0,46	1,65	1,58	1,35	1,28
En emploi	4,10	3,80	2,47	2,20	10,36	9,66	3,41	3,29
Faibles revenus	0,66	0,66	<b>0,96</b>	<b>1,01</b>	0,78	0,87	<b>0,92</b>	<b>1,01</b>
Hauts revenus	<b>1,08</b>	<b>1,03</b>	1,23	<b>1,10</b>	1,17	1,06	<b>1,06</b>	<b>1,03</b>
Faible diplôme	<b>1,09</b>	1,16	0,91	<b>1,03</b>	1,09	1,20	<b>1,01</b>	<b>1,11</b>
Haut diplôme	1,31	1,24	<b>0,97</b>	<b>0,90</b>	0,93	0,84	<b>0,98</b>	<b>0,95</b>
Réseau	2,85	1,72	2,37	1,63	3,91	1,75	4,69	2,10
Célibataire	<b>1,03</b>	<b>1,14</b>			<b>1,02</b>	<b>1,03</b>	<b>0,92</b>	<b>0,87</b>
Avec enfants	<b>0,91</b>	<b>0,92</b>			1,14	1,13	<b>1,03</b>	<b>0,99</b>
Peur d'échouer		0,84		0,52		0,76		<b>0,93</b>
Capacités		5,58		5,77		8,99		7,34
Opportunités		1,18		1,21		1,58		1,72
<i>c</i>	<i>0,74</i>	<i>0,81</i>	<i>0,75</i>	<i>0,82</i>	<i>0,77</i>	<i>0,86</i>	<i>0,74</i>	<i>0,83</i>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à &gt;5 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

### Analyse des effets croisés

Au niveau des huit pays considérés ensemble, comme pour la probabilité de créer une entreprise, la séniorité des femmes est un frein à la création : les femmes de plus de 55 ans sont moins fréquemment chefs d'entreprise que les hommes, dans un rapport de 0,91 (0,93) au risque 1 %. Ici aussi, c'est essentiellement le cas au Royaume-Uni où, au risque 1 %, le rapport est de 0,80 (0,82) et aux États-Unis (0,82 (0,83) au risque 2 % (3 %)). En Espagne, il joue comme nous l'avons déjà observé pour la création, en sens inverse : les femmes de plus de 55 ans présentent une propension plutôt supérieure à être entrepreneur (1,29 (1,27) au risque 1 %).

L'on retrouve également au niveau global l'effet réseau démultiplié par le fait d'être femme (variable croisée femme et réseau) que nous avons noté pour la création. Quoique toujours très significatif, l'effet est toutefois encore plus modéré que précédemment (1,11 (1,08) au risque 1 %). Ici encore, il est surtout le fait du Royaume-Uni, avec un rapport de 1,25 (1,19) au risque 1 %. Les autres pays ne présentent pas d'effet spécifique de cette variable. L'Allemagne, pour sa part, exhibe un effet en sens inverse avec un rapport de 0,81 (0,87) à un risque inférieur à 1 % (3 %).

Le fait pour une femme d'avoir des enfants présents dans le ménage n'est pas significatif au niveau global. L'Espagne fait apparaître un effet négatif avec un rapport de 0,84 au risque 1 %. Le Royaume-Uni, en présence des variables subjectives, révèle au contraire un effet positif avec un rapport de 1,15 au risque 5 %.

Contrairement à l'intention de créer et à la création d'entreprise, être femme et disposer de revenus faibles a une incidence (négative) sur la probabilité d'être entrepreneur au niveau global, avec un rapport de 0,91 au risque 1 %. Le Royaume-Uni en est le principal



contributeur, avec un rapport de 0,89 au risque 1 % (ainsi que la Suède en présence des variables subjectives – rapport de 0,67 au risque 5 %). L'Espagne, à l'inverse, avec un rapport supérieur à 1 (1,17 (1,16) au risque 1 %), limite cet impact.

Enfin, contrairement à ce que nous avons relevé pour les intentions et pour les créations, les femmes diplômées de l'enseignement supérieur ne présentent aucune spécificité significative. Pays par pays, seul le Royaume-Uni exhibe un rapport significativement supérieur à 1 (1,26 (1,10) au risque 1 % (4 %)) tandis que les femmes italiennes diplômées du supérieur et, dans une moindre mesure, les Espagnoles semblent moins enclines à l'entrepreneuriat que leurs compatriotes respectifs et respectives, avec des rapports de 0,55 (0,51) pour l'Italie et 0,8 (0,78) pour l'Espagne, à des risques inférieurs à 1 %. Pour l'Italie, nous avons déjà observé un tel phénomène à propos de la création d'entreprise.

#### 4. Les variables subjectives

##### Les différentes spécifications

Comme au paragraphe précédent, un premier type de spécification inclut les huit pays étudiés sur les neuf années disponibles (2001-2009). Des variables indicatrices permettent de repérer les biais nationaux et annuels. Ne sont retenues que les personnes d'âge compris entre 18 et 65 ans. Un second type de spécification est directement national afin de pouvoir comparer les effets entre les différents pays de chaque variable explicative. Trois modèles sont étudiés pour les variables « subjectives d'intériorisation » que sont « se sent capable de », « à peur d'échouer », « voit des opportunités de ». Les variables « explicatives » sont les mêmes que précédemment.

##### Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon

Toutes choses égales par ailleurs, le fait d'être une femme va avec une moins grande confiance en ses capacités et en une plus grande peur d'échouer ; de même, être une femme va avec une vision moins « porteuse » de l'environnement.

Les Français sont clairement les moins confiants dans leurs capacités et sont également ceux qui voient le moins d'opportunités pour créer des entreprises. Pour ce qui est d'avoir confiance en soi, les Américains sont largement devant les autres, suivis des Britanniques puis des Espagnoles. Pour ce qui est de voir des opportunités, ce sont les Danois puis, bien derrière, les Suédois, les plus positifs.

Pour ce qui est de la peur d'échouer, les Français sont devancés par les Espagnols, mais de justesse. Les moins inquiets sont, sans surprise, les Américains. Il y a un effet lié à l'âge, significatif statistiquement mais imperceptible. Le fait d'avoir plus de 55 ans réduit le sentiment d'être en capacité mais aussi la peur d'échouer ; il est sans lien avec le fait de voir des opportunités.

Par rapport au retraités et aux étudiants, les « sans-emploi » sont légèrement plus confiants en eux-mêmes, mais moins que les « en-emploi » (accroît la probabilité de se sentir les capacités). L'effet est subtil puisque le fait d'être sans emploi accroît aussi la peur d'échouer, certes moins que celle d'être en emploi. Il apparaît clairement que l'on « voit moins d'opportunités » lorsqu'on est sans emploi.

Les résultats de ce modèle confirment quelques évidences : les plus faibles revenus ont moins confiance en leurs capacités, ont plus peur d'échouer et voit moins d'opportunités que les salaires médians. Les hauts salaires à l'inverse ont plus confiance en eux, moins

peur et voient plus d'opportunités. Le schéma est le même en matière de niveau d'éducation et de diplômes, à l'exception de la peur d'échouer qui ne serait pas liée au fait d'avoir de hauts diplômes.

Le fait « d'avoir un réseau » est la variable la plus impactante, reliée très positivement avec le fait de voir des opportunités et de sentir les capacités, et négativement sur la peur d'échouer. Le fait d'être célibataire n'a pas d'incidence significative, en revanche, le fait d'avoir des enfants accroît la peur d'échouer et réduit la probabilité de voir des opportunités. L'impact est positif sur le fait de se sentir des capacités de chef d'entreprise mais la significativité est limitée sur le plan statistique.

**Tableau A3.11**  
Effets sur la probabilité de répondre « oui » aux questions subjectives

	Se sent les capacités	A peur d'échouer	Voit des opportunités
Femme	0,58	1,29	0,75
Age	1,02	1,00	1,00
Sénior	0,78	0,83	1,01
Sans emploi	1,16	1,27	0,99
En emploi	1,75	1,15	1,07
Faibles revenus	0,88	1,15	0,95
Hauts revenus	1,22	0,91	1,28
Faible diplôme	0,77	1,12	0,85
Haut diplôme	1,19	1,00	1,19
Réseau	2,59	0,82	2,12
Célibataire	0,99	0,95	1,03
Avec enfants	1,04	1,10	0,90
<i>Allemagne</i>	1,81	0,96	1,60
<i>Espagne</i>	2,32	1,06	2,39
<i>Suède</i>	1,63	0,63	3,12
<i>Danemark</i>	1,22	0,73	6,89
<i>Etats-Unis</i>	3,36	0,38	2,72
<i>Royaume-Uni</i>	2,57	0,62	2,87
<i>Italie</i>	1,87	0,78	2,60
<b>c</b>	0,69	0,61	0,68

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

**Tableau A3.12**  
**Modèles par pays : le fait de se sentir les capacités**

	Allemagne	Danemark	Espagne	France	Italie	Suède	Royaume-Uni	Etats-Unis
Femme	0,51	0,42	0,82	0,54	0,58	0,41	0,47	0,52
Age	1,03	1,02	1,01	1,02	1,00	1,03	1,02	1,02
Senior	0,77	0,83	0,79	0,69	0,69	0,71	0,82	0,77
Sans emploi	1,23	1,40	1,18	0,96	1,20	1,15	1,12	1,08
En emploi	1,88	1,46	2,12	1,40	1,71	1,42	1,63	1,31
Faibles revenus	0,84	0,84	0,96	1,01	1,03	0,94	0,76	0,75
Hauts revenus	1,35	1,28	1,21	1,16	1,10	1,40	1,30	1,15
Faible diplôme	0,80	0,62	0,78	0,57	0,74	0,76	0,76	0,72
Haut diplôme	1,15	1,18	1,05	1,43	1,20	1,22	1,36	1,12
Réseau	2,79	2,15	2,53	2,96	2,40	2,39	2,62	3,24
Célibataire	1,01	0,86	0,99	1,43	0,89		0,94	1,14
Avec enfants	0,92	1,30	1,04	1,04	1,02		0,98	1,05
<b>c</b>	<b>0,72</b>	<b>0,70</b>	<b>0,67</b>	<b>0,72</b>	<b>0,69</b>	<b>0,71</b>	<b>0,69</b>	<b>0,70</b>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à &gt;5 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

**Tableau A3.13**  
**Modèles par pays : le fait d'avoir peur d'échouer**

	Allemagne	Danemark	Espagne	France	Italie	Suède	Royaume-Uni	Etats-Unis
Femme	1,55	1,22	1,23	1,38	1,48	1,44	1,25	1,10
Age	1,00	0,99	1,00	1,00	1,00	1,00	0,99	1,00
Senior	0,74	0,79	0,90	0,84	0,73	0,81	0,78	0,70
Sans emploi	1,21	1,30	1,23	1,02	1,34	1,34	1,14	1,12
En emploi	1,32	1,14	0,96	1,17	1,14	1,14	1,27	1,21
Faibles revenus	1,27	1,12	1,15	1,15	1,32	1,19	1,17	1,22
Hauts revenus	0,72	0,96	0,94	0,89	0,87	0,92	0,94	1,04
Faible diplôme	1,24	1,18	1,06	1,12	1,38	1,18	0,97	0,88
Haut diplôme	0,74	1,02	0,96	0,83	0,85	0,98	1,06	1,12
Réseau	0,66	0,82	0,85	0,87	0,94	0,73	0,85	0,90
Célibataire	0,90	0,85	0,92	0,69	1,00		1,11	1,08
Avec enfants	1,08	0,79	1,11	1,09	0,88		1,05	1,10
<b>c</b>	<b>0,62</b>	<b>0,59</b>	<b>0,57</b>	<b>0,60</b>	<b>0,63</b>	<b>0,58</b>	<b>0,57</b>	<b>0,57</b>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à &gt;5 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

**Tableau A3.14**  
**Modèles par pays : le fait de voir des opportunités**

	Allemagne	Danemark	Espagne	France	Italie	Suède	Royaume-Uni	Etats-Unis
Femme	0,63	0,79	0,83	0,67	0,84	0,69	0,71	0,64
Age	0,99	1,00	1,00	1,00	0,99	1,00	1,00	1,00
Senior	1,21	1,00	1,04	1,11	1,20	0,99	0,96	0,80
Sans emploi	0,85	0,82	0,88	0,97	0,91	0,90	1,00	1,31
En emploi	0,78	1,10	0,97	0,88	0,98	1,09	1,14	1,35
Faibles revenus	0,77	1,02	0,99	1,06	0,88	0,97	0,88	0,90
Hauts revenus	1,47	1,15	1,27	1,29	1,10	1,34	1,33	1,18
Faible diplôme	0,80	0,72	0,92	0,76	0,87	0,76	0,84	0,86
Haut diplôme	1,41	1,34	1,03	1,20	1,21	1,35	1,44	1,16
Réseau	1,99	1,82	1,92	2,27	1,69	1,67	2,72	3,08
Célibataire	1,02	1,13	0,96	0,90	0,97		1,02	1,09
Avec enfants	0,81	0,94	0,89	0,74	0,82		1,02	1,29
<b>Paires</b>	<b>0,66</b>	<b>0,66</b>	<b>0,66</b>	<b>0,70</b>	<b>0,65</b>	<b>0,62</b>	<b>0,68</b>	<b>0,69</b>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à >5 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

## 5. Étude de la variable « réseau » de l'enquête GEM

### Les différentes spécifications

Comme au paragraphe précédent, un premier type de spécification inclut les huit pays étudiés sur les neuf années disponibles (2001-2009). Des variables indicatrices permettent de repérer les biais nationaux et annuels. Ne sont retenues que les personnes d'âge compris entre 18 et 65 ans. Un second type de spécification est directement national afin de pouvoir comparer les effets entre les différents pays de chaque variable explicative. Deux types de modèles sont comparés, avec et sans les variables subjectives. La variable expliquée est la variable « réseau » que nous mesurons au travers de la réponse « oui » à la question « connaissez-vous quelqu'un qui ait créé une entreprise au cours des douze derniers mois ? ».

### Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon

Toutes choses égales par ailleurs, le fait d'être une femme va avec une probabilité plus faible de connaître un créateur d'entreprise.

Les Britanniques, les Américains et les Italiens ont moins de chance que les Français de disposer d'un réseau. Les autres pays semblent en revanche plus favorables en la matière, notamment la Suède. La prise en considération des variables subjectives met l'Allemagne au niveau de la France, fait décrocher les États-Unis et le Royaume-Uni à des niveaux très faibles, basculer l'Espagne en deçà également et fait apparaître la Suède et dans une moindre mesure, le Danemark, comme les pays, toutes choses égales par ailleurs, où la probabilité d'avoir un réseau est la plus élevée.

Le fait d'être en emploi, avec un haut revenu et d'être très diplômé est, sans surprise, particulièrement corrélé avec l'existence d'un réseau. L'effet lié à l'âge en revanche n'est pas très important et joue plutôt négativement, y compris le fait d'être sénior.

Le fait d'être célibataire n'a pas d'incidence significative, en revanche, le fait d'avoir des enfants est lié positivement avec l'existence d'un réseau.

**Tableau A3.15**  
Effets sur la probabilité d'avoir un réseau,  
sans et avec variables subjectives  
(huit pays ensemble)

	Sans	Avec
Femme	0,65	0,78
Age	0,98	0,98
Sénior	0,96	1,02
Sans emploi	1,09	1,03
En emploi	1,43	1,21
Faibles revenus	0,91	0,94
Hauts revenus	1,36	1,25
Faible diplôme	0,80	0,86
Haut diplôme	1,31	1,23
Célibataire	0,96	0,98
Avec enfants	1,08	1,06
Peur d'échouer		1,31
Capacités		3,47
Opportunités		2,33
<i>Allemagne</i>	1,10	0,98
<i>Espagne</i>	1,25	0,83
<i>Suède</i>	2,09	1,44
<i>Danemark</i>	1,50	1,10
<i>Etats-Unis</i>	0,90	0,65
<i>Royaume-Uni</i>	0,51	0,39
<i>Italie</i>	0,94	0,79
<b>c</b>	<b>0,68</b>	<b>0,77</b>

significatif à un seuil inférieur à 1 %

significatif à un seuil inférieur à >5 %

significatif à un seuil inférieur à 10 %

non significatif au seuil de 10 %

### Résultats pays par pays

Le même type de résultat se retrouve pays par pays, avec quelques spécificités en Suède où les séniors semblent très isolés et les « sans-emploi » en revanche assez reliés à un réseau.

L'écart hommes femmes se retrouve partout, notamment en Allemagne en Italie et en France. La prise en compte des corrélations avec les variables subjectives réduit partout cet écart (il disparaît même aux États-Unis). Attention, ici également, les interprétations « causales » seraient fallacieuses.

**Tableau A3.16**  
Effets sur la probabilité d'avoir un réseau,  
sans et avec variables subjectives

	Allemagne		Danemark		Espagne		France	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,61	0,76	0,61	0,75	0,76	0,81	0,64	0,75
Age	0,99	0,98	0,97	0,97	0,98	0,98	1,00	0,99
Senior	<b>0,98</b>	<b>1,06</b>	<b>1,04</b>	<b>1,07</b>	1,06	1,10	0,82	<b>0,90</b>
Sans emploi	1,15	1,12	1,13	<b>1,08</b>	<b>1,03</b>	<b>1,00</b>	0,94	<b>0,97</b>
En emploi	1,54	1,31	1,39	1,28	1,45	1,23	1,12	<b>1,07</b>
Faibles revenus	0,82	0,86	0,81	0,84	<b>0,98</b>	<b>0,98</b>	<b>0,99</b>	<b>0,97</b>
Hauts revenus	1,40	1,23	1,32	1,21	1,34	1,26	1,37	1,31
Faible diplôme	0,80	0,85	0,64	0,71	0,80	0,85	0,61	0,68
Haut diplôme	1,31	1,23	1,33	1,26	1,07	1,06	1,25	1,15
Célibataire	<b>1,06</b>	<b>1,06</b>	<b>0,95</b>	<b>0,96</b>	<b>1,05</b>	<b>1,06</b>	<b>0,75</b>	<b>0,77</b>
Avec enfants	<b>0,95</b>	<b>1,00</b>	1,29	<b>1,25</b>	1,10	1,10	1,10	<b>1,10</b>
Peur d'échouer		1,46		1,17		1,09		1,39
Capacités		4,92		2,58		2,62		3,52
Opportunités		2,44		2,15		1,90		2,38
<i>c</i>	<i>0,65</i>	<i>0,78</i>	<i>0,67</i>	<i>0,73</i>	<i>0,64</i>	<i>0,71</i>	<i>0,70</i>	<i>0,77</i>

significatif à un seuil inférieur à 1 %  
 significatif à un seuil inférieur à >5 %  
 significatif à un seuil inférieur à 10 %  
 non significatif au seuil de 10 %

**Tableau A3.17**  
Effets sur la probabilité d'avoir un réseau,  
sans et avec variables subjectives

	Italie		Suède		Royaume-Uni		Etats-Unis	
	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec	Sans	Avec
Femme	0,60	0,68	0,61	0,76	0,58	0,78	0,72	<b>0,97</b>
Age	0,97	0,97	0,99	0,99	0,98	0,98	0,98	0,98
Sénior	<b>1,09</b>	1,19	0,76	0,81	0,88	<b>0,96</b>	<b>0,98</b>	1,14
Sans emploi	<b>0,97</b>	0,90	1,24	1,23	1,13	<b>1,05</b>	<b>1,06</b>	<b>0,96</b>
En emploi	1,28	1,13	1,64	1,52	1,47	1,19	1,44	1,19
Faibles revenus	0,88	0,88	0,89	0,90	0,87	0,94	0,80	0,87
Hauts revenus	1,57	1,50	1,37	1,26	1,49	1,33	1,37	1,28
Faible diplôme	0,65	0,66	0,73	0,79	0,82	0,89	0,82	<b>0,92</b>
Haut diplôme	1,42	1,32	1,13	<b>1,05</b>	1,60	1,43	1,22	1,16
Célibataire	<b>0,97</b>	<b>1,01</b>			<b>0,98</b>	<b>1,01</b>	<b>0,89</b>	<b>0,83</b>
Avec enfants	<b>1,15</b>	<b>1,17</b>			<b>0,98</b>	<b>0,96</b>	<b>0,99</b>	<b>0,94</b>
Peur d'échouer		1,61		0,89		1,57		1,51
Capacités		3,56		2,34		4,41		5,17
Opportunités		2,06		1,59		3,13		3,16
<i>c</i>	<i>0,69</i>	<i>0,78</i>	<i>0,62</i>	<i>0,68</i>	<i>0,65</i>	<i>0,81</i>	<i>0,63</i>	<i>0,80</i>

significatif à un seuil inférieur à 1 %  
 significatif à un seuil inférieur à >5 %  
 significatif à un seuil inférieur à 10 %  
 non significatif au seuil de 10 %

## ANNEXE 4

*Women-led companies*

## 1. Croissance et rentabilité

Depuis 2004, lorsque Catalyst, organisation nord-américaine à but non lucratif, a produit ses premières statistiques démontrant que la part des femmes dans les comités exécutifs était corrélée fortement avec la performance des entreprises (en taux de marge comme en taux de retour sur investissement), de nombreux travaux sur l'impact de la diversité ont été initiés. Le taux de marge gagnait, dans les entreprises au *leadership* féminisé, 42 % et le ROE 53 % (attention, il s'agit de taux de variation appliqués à des taux exprimés en % ; voir Carter et Joy, 2007).

La représentation des femmes dans les entreprises était mesurée depuis plusieurs années. Le Royaume-Uni avec le FT-SE *Women Index* avait commencé en 1998 (voir Sealy *et al.*, 2008). Plus récemment (2007), McKinsey a élaboré ses propres mesures dans les *Women Matters* qu'il publie (voir McKinsey & Company, 2010 et 2012) sur la base d'un échantillon international de firmes (France : CAC 40 ; Allemagne DAX 29 ; Espagne : IBEX 35...).

Tableau A4.1

Part des femmes dans les conseils d'administration (en %)

	2007	2010	2011
Suède	24	27	25
Norvège	32	32	35
France	8	15	20
États-Unis	nd	15	nd
Allemagne	11	13	16
Royaume-Uni	12	12	16
Italie	3	nd	5
Espagne	4	10	nd

Source : McKinsey, 2010 et 2012.

Tableau A4.2

Part des femmes dans les comités exécutifs (en %)

	2007	2010	2011
Suède	13	17	21
Norvège	12	12	15
France	4	7	8
États-Unis	nd	14	nd
Allemagne	1	2	3
Royaume-Uni	3	14	11
Italie	5	nd	6
Espagne	nd	6	nd

Source : McKinsey, 2010 et 2012.

Bien sûr, se retrouve également derrière ces chiffres, un effet lié à l'importance relative des différents secteurs dans chaque pays, puisque lorsque l'on conduit l'analyse secteur par secteur, la part des femmes dans les conseils d'administration passe de 6 % pour le secteur immobilier et infrastructures, à 16 % pour les biens de consommation.

Les différents rapports soulignent les efforts des firmes pour gagner en diversité dans leur top management. Efforts intéressés car les statistiques sont sans appel : les entreprises « dirigées par les femmes sont plus performantes »<sup>65</sup>. Nous avons cité Catalyst, l'Institut australien Reibey confirmait également cette surperformance pour l'Australie, avec des chiffres aussi spectaculaires d'écart en points de pourcentage : 6,7 % en moyenne lorsque mesurée sur trois ans, 8,7 % sur cinq ans. La mesure de la surperformance par McKinsey invitait également à considérer les spécificités liées à la gestion de crise.

**Tableau A4.3**  
**Performances comparées des *Women-Led Companies* (en %)**

	ROE (Catalyst)	ROE (McKinsey)	Taux de marge (Catalyst)	Taux de marge (McKinsey)
	moyenne 2001-2004	moyenne 2007-2009	moyenne 2007-2009	moyenne 2007-2009
Entreprises du quartile le plus élevé en termes de représentation des femmes dans les comités exécutifs	13,9	22	13,7	17
Entreprises avec comité exécutif strictement masculin (McKinsey) ou quartile le moins élevé en termes de représentation	9,1	15	9,7	11

Sources : McKinsey, 2010 et 2012 ; Catalyst, 2007.

Ici encore, les disparités sectorielles ont de l'importance, et McKinsey vérifie la significativité de la surperformance secteur par secteur. Il apparaît alors que les secteurs télécommunication, media et informatique ne sont pas concernés.

Michel Ferrary s'est intéressé également aux performances des grandes entreprises dirigées par les femmes, y compris leurs performances boursières et il indique une nette surperformance des entreprises dirigées par les femmes entre 2002 et 2006 (Ferrary, 2010). « Sur la période 2002-2006, les quatorze entreprises qui ont plus de 35 % de femmes dans leur encadrement, ont connu en moyenne une croissance de 23,5 % de leur chiffre d'affaires. Les vingt-huit entreprises qui ont moins de 35 % de femmes dans leur encadrement ont connu une hausse de leur chiffre d'affaires limitée à 14,6 %. » On trouve dans le tableau A4.4 les performances comparatives sur les autres critères. À noter que sur le plan boursier, les entreprises à l'encadrement féminisé, curieusement, sous-performent.

<sup>65</sup> À noter que l'essentiel de ces rapports est consacré à étudier l'impact de différentes mesures visant à accroître la diversité de genre au sein de l'entreprise.



**Tableau A4.4**  
**Performances des firmes en fonction de la part des femmes**  
**dans l'encadrement, 2002-2006**

	Entreprises	Croissance	Rentabilité	Productivité	Emplois	Bourse
Moins de 35 %	28	14,6 %	10,0 %	30 070	7,4 %	64,3 %
Plus de 35 %	14	23,5 %	19,6 %	40 257	18,9 %	42,1 %
Delta		61,1 %	96,1 %	33,9 %	156,5 %	-34,5 %

Source : Ferrary (2010).

Dans un article du *Financial Times*, Ferrary infirmait qualitativement ce mauvais jugement boursier des entreprises dirigées par des femmes, mais pour 2008, confirmait une année boursière très mauvaise. Pour les États-Unis en revanche, la surperformance boursière semble être acquise pour les entreprises dirigées par des femmes et l'année 2009 aura, encore plus que 2003, été une année de surperformance de ces entreprises<sup>66</sup>.

## 2. Mode de gestion

La gestion et le management « masculins » ou « féminins » sont souvent débattus, soit pour en souligner la différence, soit pour, au contraire, mettre en avant leurs similarités, issue davantage de différences individuelles que culturelles. Une étude qualitative récente fait par exemple ressortir que le mode de gestion des femmes est moins dans le tout-stratégique, mais davantage tourné vers le suivi des processus (Redien-Collot *et al.*, 2012). Elles semblent moins à la recherche d'un management héroïque (plus de continuité et moins de ruptures), plus collectif, plus de transparence et d'univocité (y compris vers les autres parties prenantes que les salariés). Le *leadership* des femmes entrepreneures interrogées repose notamment sur une mise en avant de l'équipe et sur une volonté de faire progresser les collaborateurs. De plus, les entreprises détenues par des femmes investissent davantage que les employeurs en général dans la formation de leur personnel et environ deux tiers d'entre elles visent à accroître la capacité dirigeante de leurs cadres (IFF research, 2011).

D'autres travaux à l'inverse soulignent le peu de différences liées au genre en matière de management (Saint Michel, 2012 par exemple). Les attentes des collaborateurs pourraient en revanche être différenciées selon le genre du manager (Saint-Michel et Wielhorski, 2011). Sur ce sujet, un travail récent se démarque, celui de Sarah Saint-Michel. Dans sa thèse<sup>67</sup>, cet auteur compile vingt-cinq études réalisées sur les femmes et leur pouvoir d'influence sur un groupe, portant sur 20 000 cadres dirigeants européens et américains. Elle y a associé une étude sur 65 cadres et 135 subordonnés français. Ses travaux montrent que les collaborateurs interrogés par questionnaire sur la manière dont ils sont dirigés ne font pas de différence entre les sexes. Ils perçoivent de la même manière leurs supérieurs hiérarchiques, hommes et femmes, que cela concerne le style de *leadership* (charismatique, basé sur une vision partagée, ou plus conventionnel, lié à l'obtention de résultats) et les traits de personnalité (courage, confiance en soi, empathie...).

Autre enseignement de cette thèse : les femmes tendent à se décrire comme plus consciencieuses que les hommes. Pourtant, les résultats de l'étude démontrent que les

<sup>66</sup> *The USA Today Report*: "Women-led companies outpaced the 2009 stock rally", 30 décembre.

<sup>67</sup> « L'impact du genre sur les traits de personnalité des *leaders* et les effets sur leur style de *leadership* », Thèse de doctorat, 2011, Centre de recherche en management de Toulouse (université Toulouse-I Capitole/CNRS).

deux sexes ont les mêmes traits de personnalité, en tant que dirigeants. «Les femmes veulent mettre en avant leur compétence, car elles doivent plus faire leurs preuves que les hommes, analyse la chercheuse. C'est une idée reçue puisque les collaborateurs ne les perçoivent pas de cette manière au travail.»

Selon ses propres termes, « Ces résultats remettent en cause l'idée d'un *leadership* au féminin caractérisé par des compétences présumées féminines, telles que la bienveillance ou l'altruisme, qui conduiraient les femmes à diriger et mener leurs équipes différemment de leurs homologues masculins considérés, eux, comme plus déterminés. (...) [elle] confirme l'idée d'un modèle de leadership "asexué", exempt de caractéristiques spécifiques déterminées par le sexe du leader. Elle met en évidence le fait que l'égalité professionnelle ne naîtra que d'une évolution des mentalités quant à la légitimité des femmes au pouvoir. »

### 3. Égalité salariale

L'intérêt d'avoir des femmes chefs d'entreprise réside également dans l'effet de levier issu de leur position sur la présence et la rémunération d'autres femmes au sein de l'entreprise. Dans pratiquement tous les cas, Bell (2005) montre un effet significatif du fait d'avoir une femme président, directeur général ou membre du *Board*, sur l'égalité salariale au sein de l'entreprise, la présence de femmes au sein de l'entreprise en général, et à des postes de cadre supérieur en particulier – ce résultat étant indépendant des caractéristiques de l'entreprise, et notamment de son secteur. L'auteur n'en conclut pas pour autant à un développement important du tutorat dans ces entreprises mais plutôt à une caractérisation des entreprises ouvertes aux femmes (en les acceptant à des postes de direction et en les rémunérant au même salaire que les hommes), et donc attirant des femmes. Cela signifie que la présence de femmes à des postes clé bénéficie à la carrière de celles à des postes hiérarchiques inférieurs dans leur entreprise.

## Bibliographie

Alesina A.F., Lotti F. et Mistrulli P.E. (2008), "Do women pay more for credit? Evidence from Italy", NBER Working Papers 14202, National Bureau of Economic Research, Inc.

Ardagna S. et Lusardi A. (2008), "Explaining international differences in entrepreneurship: The role of individual characteristics and regulatory constraints", NBER Working Papers 14012, National Bureau of Economic Research, Inc.

Barruel F., Thomas S., Darriné S. et Mariotte H. (2012), « Trois auto-entrepreneurs sur quatre n'auraient pas créé d'entreprise sans ce régime », Publications électroniques, *Insee Première* n°1388, février.

Battistin E., Gavosto A. et Rettore E. (2001). "Why do subsidized firms survive longer ? An evaluation of a program promoting youth entrepreneurship in Italy." In Lechner M. et Pfeiffer F. eds, *Econometric Evaluation of Labour Market Policies*, Physica-Verlag.

Beaufort de V. (2006), « Étude sur la diversité managériale en Union européenne », ESSEC, octobre.

Bel G. (2009), « L'entrepreneuriat au féminin », Avis et rapport du Conseil économique, social et environnemental.

Bell L. (2005), "Women-led firms and the gender gap in top executive jobs", IZA Discussion Paper No.1689.

Booth A. et Nolen P. (2009), "Gender differences in risk behaviour: Does nurture matter?", Discussion paper No.601, Centre for Economic Policy Research, The Australian National University.

Bosma N., Coduras A., Litovsky Y. et Seaman J. (2012), "GEM manual: A report on the design, data and quality control of the *Global Entrepreneurship Monitor*", Global Entrepreneurship Monitor project, mai.

Buttner E.H. et Rosen B. (1992), "Rejection in the loan application process: Male and female entrepreneurs' perceptions and subsequent intentions", *Journal of Small Business Management*, Vol. 30(1), p. 58-65.

Cabannes P.-Y. et Fougères D. (2012), « Les effets de l'ACCRES sur la durée de vie des entreprises », mimeo, CREST, Paris.

Caliendo M. et Künn S. (2012), "Getting Back into the Labor Market: The Effects of Start-Up Subsidies for Unemployed Females", IZA Discussion Paper No. 6830.

Chollet B. (2002), « L'analyse des réseaux sociaux : quelles implications pour le champ de l'entrepreneuriat ? », communication au VI<sup>e</sup> congrès francophone sur la PME - octobre, HEC – Montréal.

Carter N. et Joy L. (2007), "The bottom line: Corporate performance and women's representation of boards", Catalyst publications.

Commission européenne (2008), "Evaluation on policy: Promotion of women innovators and entrepreneurship », DG Enterprise and Industry.

Counot S. et Mulic S. (2004), « Le rôle économique des repreneurs d'entreprise », *Insee Première* n°975, juillet.

Cour des Comptes (2012), *Les dispositifs de soutien à la création d'entreprise*, Rapport d'évaluation, décembre.

Dhont-Petrault E. (2012), « Les ressources humaines, clé de l'internationalisation des entreprises françaises », *La Note d'analyse*, n°269, mars, Centre d'analyse stratégique.

Dhont-Petrault E. et Llense F. (2012), « L'entrepreneuriat en France », volet 1 : Mythes et réalités en comparaison internationale ; volet 2 : Comment mieux accompagner la prise de risque des créateurs d'entreprises ? », *La Note d'analyse* n°296 et 297, Centre d'analyse stratégique, octobre.

Diàz-Garcia M. et Jiménez-Moreno J. (2010), "Entrepreneurial intention: The role of gender", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 6(3), p. 261-283.

Djankov S., Qian Y., Roland G. et Zhuravskaya E. (2008), "What makes an entrepreneur?" Working Paper n°0104, Center for Economic and Financial Research (CEFIR).

Enterprising Women (2011), "Enterprising women, growth survey highlights". [http://www.enterprising-women.org/static/ew\\_growthreport.pdf](http://www.enterprising-women.org/static/ew_growthreport.pdf)

Ferrary M. (2010), « Les femmes influencent-elles la performance des entreprises ? », *Travail, genre et sociétés*, n°23.

Hurst E. et Lusardi A. (2004), "Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship," *Journal of Political Economy*, vol. 112(2), p. 319-347.

IFF Research (2011), "BIS small business survey 2010: Women-led businesses boost", Report prepared for the department of Business, Innovation and Skills.

Insee (2012), *Enquête emploi, Population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle en 2010*.

Jung O. (2010), "Financing profiles – Women entrepreneurs, SME financing data initiative, Small Business and Tourism Branch", Industry Canada.

Kamariah I., Khurram A.J., Wafa K. et Khairiah S. (2012), "Linking the dots: Innovative capability and sustainable growth of women owned technoprises in Asian developing countries", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* Vol. 2(4), avril.

Le Moign C. (2011), « Business Angels et capital-risque en France : les enjeux fiscaux », *La Note d'analyse* n° 237, septembre, Centre d'analyse stratégique.

Le Moign C. (2012), « Renforcer l'amorçage », *La Note d'analyse* n° 265, février, Centre d'analyse stratégique.

McKinsey&Company (2010), "Women at the top of corporations: Making it happen", Women Matter 2010.

McKinsey&Company (2012), "Making the breakthrough", Women Matter 2012.

Marlow S., Shaw E. et Carter S. (2008), "Analysing the influence of gender upon the accumulation and utilisation of business finance by male and female entrepreneurs", International Council for Small Business, 2008 World Conference.

Minniti M. et Nardone C. (2007), "Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol. 28(2), p. 223-238.

Nedelcheva S. (2012), "Female entrepreneurship in Denmark. Multiple case study on Danish and international women who have business in the country", MSc in International Business and Social Sciences department, Aarhus University.

OECD (2012), *Closing the gender gap: Act now*, décembre, OECD report.

ORSE (2004), « L'accès des femmes aux postes de décisions dans les entreprises », *Étude de l'ORSE* n° 5, février.

OSÉO (2010), *Dix ans de création d'entreprises bancarisées. 2000-2009, l'expérience d'OSÉO*, novembre.

OSÉO (2012), *Rapport 2012 sur l'évolution des PME*.

Redien-Collot R., Poroli C. et Chasserio S. (2012), "Gender balance in economic Leadership for sustainable growth in Europe", Women Equity for Growth.

Riding A.L. et Swift C.S. (1990), "Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience", *Journal of Business Venturing*, vol.5(5), p. 327-340.

Saint-Michel S. (2012), « Le genre et le *leadership* : L'importance d'introduire les traits de personnalité des *leaders* », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Vol. XVI, p. 181-201.

Saint-Michel S. et Wielhorski N. (2011), « Style de *leadership*, LMX et engagement organisationnel des salariés : le genre du *leader* a-t-il un impact ? », *@GRH*, vol.1(1), p. 13-38.

Schrör H. (2006), "The profile of the successful entrepreneur. Results of the survey 'Factors of Business Success'", *Statistics in focus*, Industry, Trade and Services, 29/2006, Eurostat.

Sealy R., Winnicombe Obe S. et Singh V. (2008), "The Female FTSE Report 2008", International Centre for Women Leaders, Cranfield School of Management.

Thinus-Blanc C., avec Huguet P. et Régner I. (2013), « Sciences et stéréotypes sociaux de genre », communication à la réunion annuelle des directeurs d'unité de l'INP, CNRS, 21 mars.





**« Valorisation de la recherche publique : une comparaison internationale »**

Rémi Lallement, Document de travail n°2013-05, mars

**« Les interactions entre politique macroprudentielle et monétaire »**

Caroline Le Moign, Document de travail n°2013-04, Centre d'analyse stratégique, mars

**« Conditions de travail, organisation du travail et usages des TIC selon les métiers. Une exploitation de l'enquête Conditions de travail »**

Tristan Klein et Kim Long, Document de travail n°2013-03, Centre d'analyse stratégique, février

**. « Les « humanités », au cœur de l'excellence scolaire et professionnelle Pistes pour l'enseignement des langues, de la culture et de la réception de l'antiquité »**

Jean-François Pradeau, Document de travail n°2013 – 02, Centre d'analyse stratégique, février

**. « De l'utilité de l'impôt pour freiner l'effet de levier du hors-bilan des banques »**

Jean-Paul Nicolai et Alain Trannoy, Document de travail n°2013 – 01, Centre d'analyse stratégique, février

**. « Changements au sein des entreprises et risques psychosociaux pour les salariés »**

Marc-Arthur Diaye, en collaboration avec Azza Aziza-Chebil et Éric Delattre, Document de travail n°2012 – 11, Centre d'analyse stratégique, décembre

**. « Financement du budget communautaire et valeur de l'union »**

Jean-Paul Nicolai, Document de travail n°2012 – 10, Centre d'analyse stratégique, octobre

**« Multiplicateurs budgétaires et *policy mix* en zone euro »**

Thomas Brand, Document de travail n°2012 – 09, Centre d'analyse stratégique, octobre

**« La soutenabilité de long terme des finances publiques : une évaluation économétrique »**

Thomas Brand, Document de travail n°2012 – 08, Centre d'analyse stratégique, octobre

**La série Documents de travail du Centre d'analyse stratégique est disponible sur [www.strategie.gouv.fr](http://www.strategie.gouv.fr), rubrique Publications**

Copyright : Centre d'analyse stratégique 2011.

Toute demande de reproduction ou traduction, partielle ou en totalité de ce texte, doit être adressée à Jean-Michel Roullé, Responsable de la communication, Centre d'analyse stratégique, 18, rue de Martignac, 75007 Paris - Mail : [jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr](mailto:jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr)

Application for permission to reproduce or translate all, or part of, this material should be made to : Jean-Michel Roullé, Head of Communication, Centre d'analyse stratégique, 18, rue de Martignac, 75007 Paris, France - Mail : [jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr](mailto:jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr)