



L'entrepreneuriat féminin

Document d'étape

Claire Bernard
Caroline Le Moign
Jean-Paul Nicolaï

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
I Du désir d'entreprendre à la réalisation, freins et motivations à l'entrepreneuriat	25
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

Annexe 1 – Entreprises individuelles et auto-entrepreneurs.....	82
Annexe 2 – Tableau statistique : Indépendants-Repreneurs-Créateurs.....	85
Annexe 3 – Analyse économétrique de la base GEM.....	90
Annexe 4 – Women-led companies.....	113
Bibliographie.....	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-clefs : entrepreneuriat ; genre ; création d'entreprise ; politique publique ; amorçage ; innovation.

L'entrepreneuriat féminin

Claire Bernard
Caroline Le Moign
Jean-Paul Nicolai¹

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.

¹ 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).

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.

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 projet⁵. À nouveau, la segmentation qui peut être faite en matière d'entrepreneuriat féminin renforcerait le mécanisme « d'auto-sélection ».

⁵ 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) ;

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.

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 %⁸, 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)⁹. 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'ensemble¹⁰. 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.

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

⁹ Chiffres GEM, voir Global Entrepreneurship Monitor, 2009.

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

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

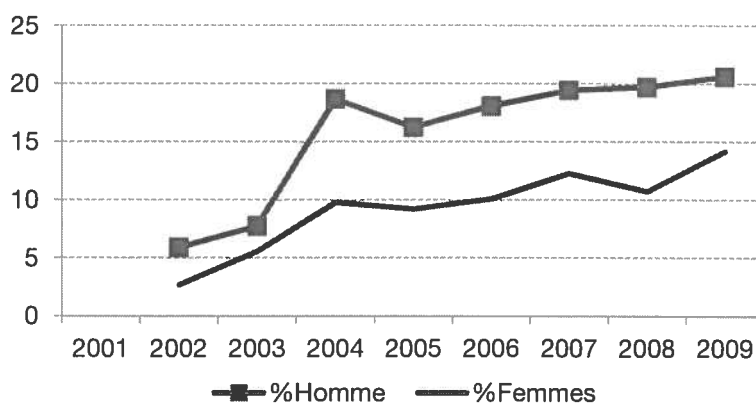
* en proportion de ceux qui voient des opportunités.

** 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).¹¹

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.

¹¹ 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.

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 européen¹², 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).

¹² Ici encore, les données agrègent travailleurs indépendants et sociétés.

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

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 homme¹⁶. 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.

¹⁶ 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).

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 »¹⁷. 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^e dans le cas français et 4/5^e 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 %).

¹⁷ 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.

- 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'entreprise¹⁹. 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 ailleurs²⁰).

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

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

²⁰ 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).

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		En %
	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 chômage²², 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 ans²³ 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.

²² Insee, chômeurs et taux de chômage selon le sexe et la catégorie socioprofessionnelle.

²³ 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).

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 étendu²⁴ 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 :

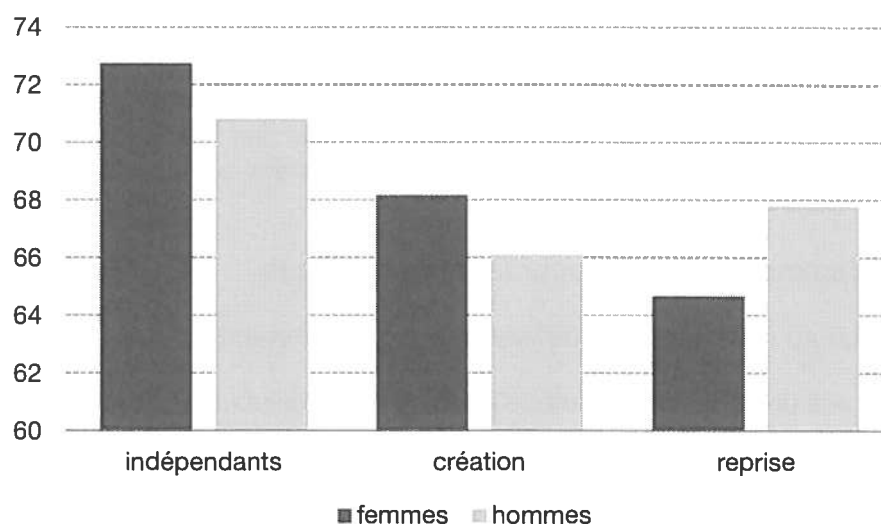
- . les aides dont bénéficient les créateurs ou repreneurs d'entreprises de la part de l'entourage ou d'organismes professionnels lors de la création ;
- . les relations professionnelles avec les fournisseurs, clients, etc. ayant facilité le démarrage ;
- . le fait d'avoir un entrepreneur dans son entourage.

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.

²⁴ 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).

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

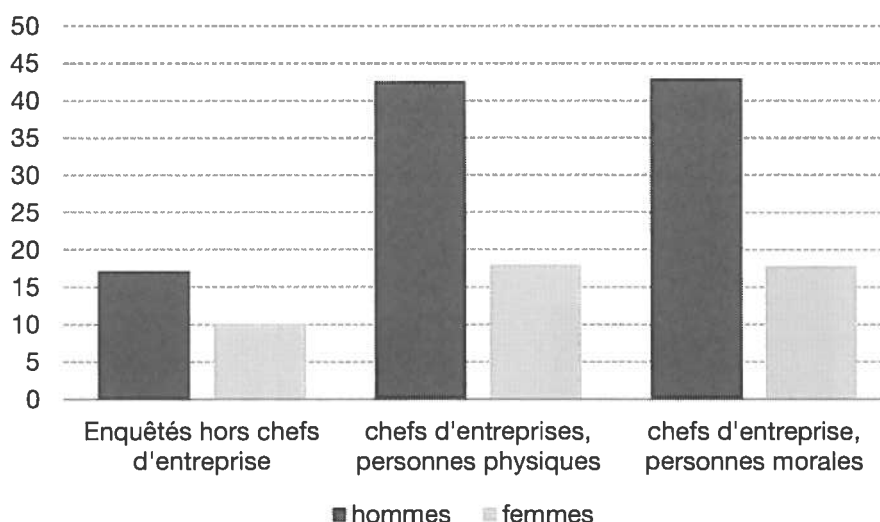
économie du risque ont souligné l'insuffisance du concept d'aversion au risque, comme le rappellent Dhont-Peltrault et Llense (op. cit.). Toutefois, quelques statistiques illustrent très simplement notre propos.

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.

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 Llenze, op. cit.)²⁹. 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

²⁹ Les deux propositions préconisées se détaillaient ainsi :

- i) promouvoir auprès des micro-entrepreneurs le régime réel simplifié d'imposition des bénéfices, 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).

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 » (tableau 9). 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

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 Act³³ » 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)³⁴. 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.

³³ 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.

³⁴ 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).

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 %)

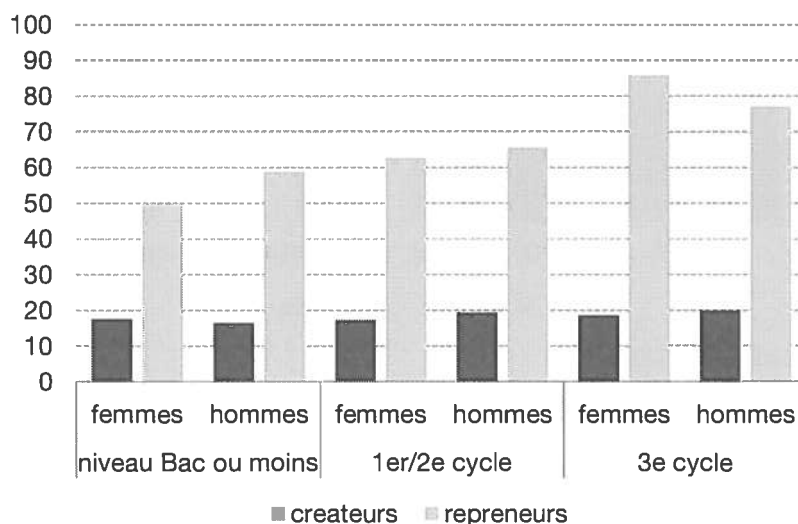
	Hommes	Femmes
Commerce et réparation	18,56	29,57
Activités scientifiques/techniques	12,5	9,16
Hébergement et restauration	6,49	7,07
Autres activités de service	2,37	6,83
Santé et Social	0,79	5,58
Industrie	6,13	5,28
Enseignement	1,36	5,11
Information et communication	4,44	4,05
Activités financières et 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.

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).

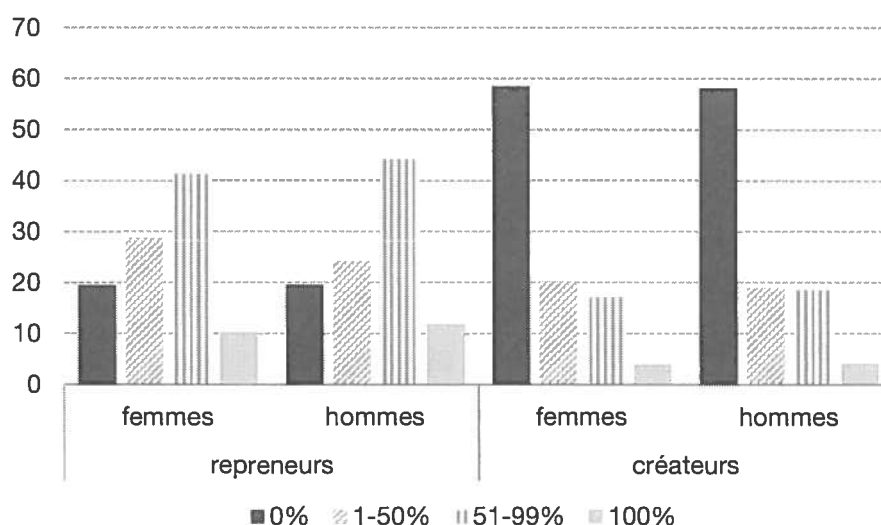
Sous l'angle d'une comparaison hommes / femmes, aucun écart régulier entre les deux populations n'apparaît et l'on peut conclure à l'absence de différences en la matière.

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.

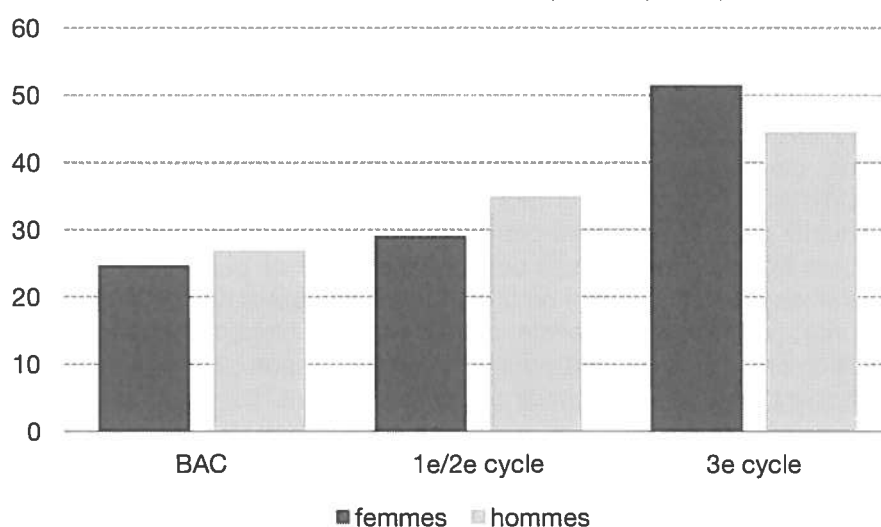
2.2.5. La compétence en matière de gestion financière

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,

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.

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 hommes³⁸. 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'entreprise³⁹. 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.

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

³⁹ 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).

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'entreprises⁴⁰. 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'entreprises⁴¹ 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

⁴⁰ Ils sont notamment détaillés dans Cour des Comptes (2012).

⁴¹ Ibid.

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 activité⁴⁵. 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 bénéficiaires⁴⁶.

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

	Reprise		Création	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
ACCRES	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 entrepreneuriale⁴⁷.

⁴⁵ 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.

⁴⁶ 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€.

⁴⁷ Exemple cité dans Cour des Comptes, *ibid*.

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 estimerait 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 technologique⁴⁸. 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.

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

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.

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 pérennité⁵². 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 de 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.

⁵² 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.

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 rentabilité 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^e 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. »

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

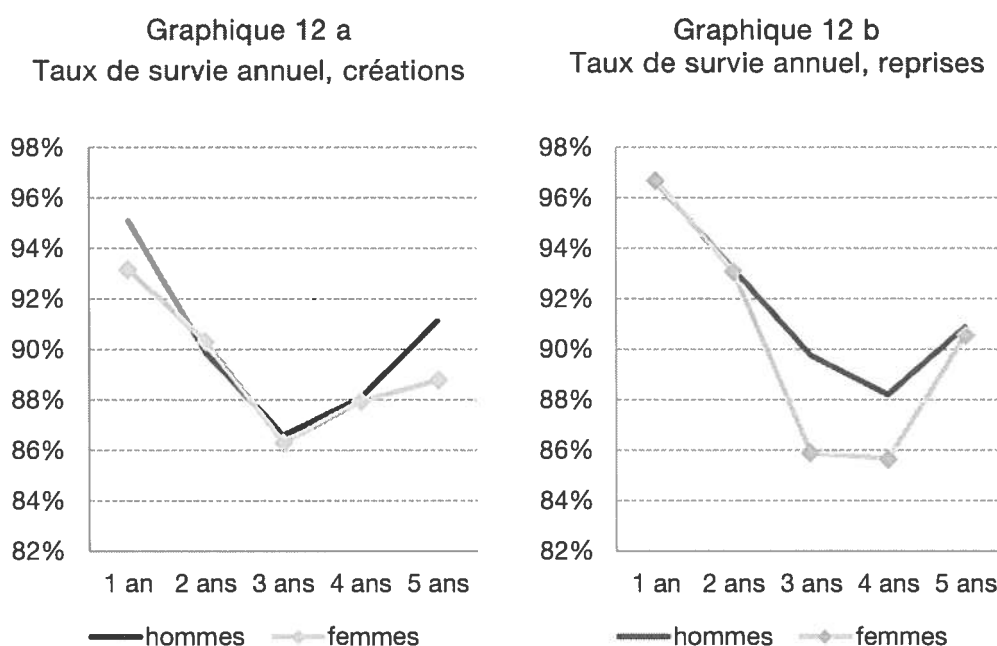
Source : Enquête SINE 2009.

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.

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 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.



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).

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 aide⁵⁴. 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

⁵⁴ 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.

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 Allemagne⁵⁷ ou en Pologne⁵⁸ 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-

⁵⁷ 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.

⁵⁸ 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.

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 projet⁶⁰. 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.

⁶⁰ 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

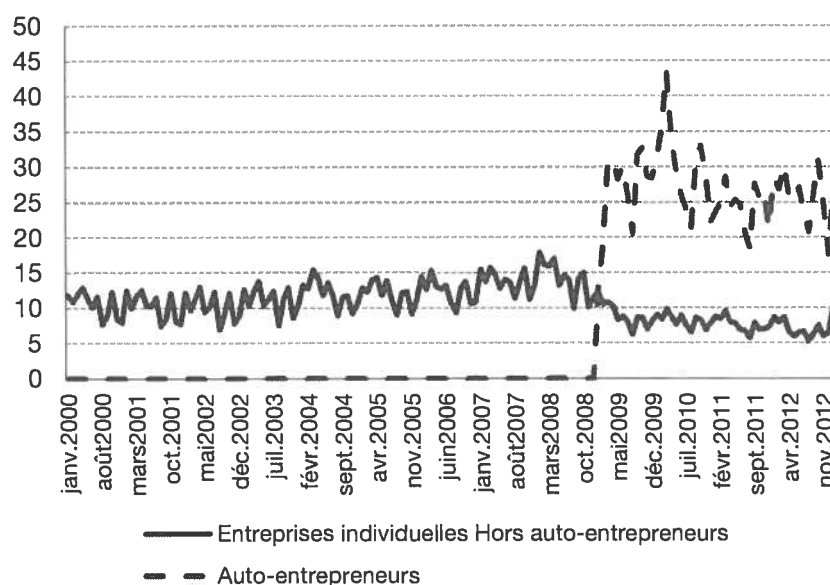
Entreprises individuelles et auto-entrepreneurs

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 2012⁶¹. 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).

⁶¹ 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.

ANNEXE 2

Tableaux statistiques : Indépendants-Repreneurs-Créateurs

	Indépendants			Créateurs			Repreneurs		
	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total	Femmes	Hommes	Total
Nombre de salariés en 2006									
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
Nombre de salariés en 2009									
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
Prévoyez-vous des embauches dans 12 prochains mois ? En 2009									
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
Prévoyez-vous des embauches dans 12 prochains mois? En 2009									
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
Avez-vous une autre activité ? en 2006									
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
Mode de gestion des besoins de trésorerie									
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
Type de problèmes de trésorerie rencontrés									
Endettement trop élevé et autre problèmes	11,24	8,08	9,2	4,79	5,1	5,02	9,3	9,75	9,6
Financiers importants									
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
Chiffre d'affaires annuel en euros en 2009									
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
Tranches d'âge									
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
Aides à la création dont les créateurs ont bénéficié									
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 individus⁶². 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 2nd 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 » ;

⁶² 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.

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
Allemagne	0,72	0,58
Espagne	0,45	0,29
Suède	0,74	0,47
Danemark	0,52	0,35
Etats-Unis	1,29	0,77
Royaume-Uni	0,66	0,42
Italie	0,91	0,70
c	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

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

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 séniors 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

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.

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	0,95	0,63	0,88	0,81	0,88	0,48	0,59
Age	1,00	0,99	0,99	0,98	0,99	0,98	0,99	0,98
Senior	0,68	0,72	0,83	0,87	1,10	1,16	0,59	0,61
Sans emploi	1,43	1,40	3,57	3,40	4,22	4,04	1,58	1,73
En emploi	1,68	1,43	2,17	1,89	28,93	21,49	1,79	1,79
Faibles revenus	1,08	1,18	1,01	1,07	0,76	0,79	1,39	1,40
Hauts revenus	1,06	0,90	1,15	1,04	0,89	0,82	1,07	1,03
Faible diplôme	0,98	1,06	0,91	1,05	0,99	1,04	0,67	0,75
Haut diplôme	1,02	0,92	1,26	1,21	0,98	0,96	1,35	1,21
Réseau	4,47	2,30	3,81	2,45	2,55	1,56	2,16	1,36
Célibataire	1,05	1,01	0,69	0,73	1,40	1,42	0,94	0,91
Avec enfants	0,82	0,86	0,84	0,76	1,03	1,04	1,17	1,16
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
c	0,73	0,81	0,73	0,81	0,75	0,84	0,75	0,81
	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%							

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'avions 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 effectivement 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^e dans le cas Français et 4/5^e 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 %).

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 subjectives⁶⁴ 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.

⁶⁴ 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 !

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
c	0,76	0,86	0,75	0,82	0,76	0,85	0,72	0,78
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 %								

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

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
c	0,72	0,70	0,67	0,72	0,69	0,71	0,69	0,70

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 A3.13
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
c	0,62	0,59	0,57	0,60	0,63	0,58	0,57	0,57

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 %

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
Allemagne	1,10	0,98
Espagne	1,25	0,83
Suède	2,09	1,44
Danemark	1,50	1,10
Etats-Unis	0,90	0,65
Royaume-Uni	0,51	0,39
Italie	0,94	0,79
c	0,68	0,77

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 seniors 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.

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.

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 entreprises⁶⁶.

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 thèse⁶⁷, 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

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

⁶⁷ « 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).

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'ACCRE 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^e 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.

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, 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

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