

ENTREPRENDRE AU FÉMININ

Une réalité multiple et des attentes différenciées

Annie Cornet, Christina Constantinidis

Lavoisier | « *Revue française de gestion* »

2004/4 n° 151 | pages 191 à 204

ISSN 0338-4551

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-4-page-191.htm>

Pour citer cet article :

Annie Cornet, Christina Constantinidis « *Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées* », *Revue française de gestion* 2004/4 (n° 151), p. 191-204.

DOI 10.3166/rfg.151.191-204

Distribution électronique Cairn.info pour Lavoisier.

© Lavoisier. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.



Entreprendre

au féminin

Une **réalité** multiple et
des **attentes** différenciées

Les femmes optent de plus en plus souvent pour le statut d'indépendante et, trop rarement encore, pour le statut de « chef d'entreprise ». Cet article cherche à comprendre les facteurs qui semblent guider leur choix, le type d'activités vers lesquelles elles s'orientent, les difficultés qu'elles rencontrent ainsi que leurs succès et les stratégies mises en œuvre pour réussir leur projet. Cet article est fondé sur une recherche quantitative et qualitative qui permet de montrer que le projet entrepreneurial des femmes a certes des similarités avec celui des hommes mais certains choix et stratégies restent marqués par des rapports sociaux de genre.

Cet article s'intéresse à la réalité des femmes qui ne sont pas sous contrat de travail salarié mais exercent leur activité soit sous le statut d'indépendant (personne physique et/ou profession libérale), soit comme actionnaire d'une société (personne morale). Ces femmes assument, seule ou en partenariat, tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales liés au développement de leurs activités. Nous utiliserons, comme des études similaires, le terme de femmes entrepreneures et/ou d'entrepreneuriat féminin, même si ce terme est ambigu et peut parfois porter à confusion. En effet, pour certains, s'intéresser à l'entrepreneuriat signifie qu'on cible le processus de création¹

1. Étude GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*). Le GEM a pour objectif d'évaluer l'activité entrepreneuriale d'un pays. Pour ce faire, il utilise l'index d'activité entrepreneuriale totale (*Total Entrepreneurial Activity* – TEA index), c'est-à-dire la proportion d'individus dans la population active (entre 18 et 64 ans) appartenant à une des deux catégories suivantes : individus impliqués dans un processus de création d'entreprise (qui ont entrepris au moins une activité pour démarrer une entreprise) dans les 12 derniers mois et qui ne paient pas de charges sociales ou de salaires depuis plus de 3 mois et individus propriétaires d'une entreprise (entièrement ou en partie) depuis moins de 42 mois (qui paient des charges sociales ou des salaires depuis 3 à 42 mois). (www.gemconsortium.org).

d'une entreprise; pour d'autres, est considéré comme entrepreneur, toute personne qui est actionnaire d'une société en personne morale et/ou employeur (« les chefs d'entreprise »). D'autres, enfin, regroupent sous ce terme toutes les personnes qui ont lancé une activité quels que soient le statut choisi, l'étape du cycle de vie de l'entreprise et le nombre d'employés.

Les études sur l'entrepreneuriat féminin se structurent généralement autour de trois thèmes: le profil de la femme indépendante et/ou entrepreneure, le profil des entreprises dirigées par des femmes et leur secteur d'activité, et, enfin, leurs attitudes et vécus en regard de diverses problématiques, telles que la croissance et la stratégie, le financement, les réseaux, les formations, leur style de gestion et de leadership. Ces études visent à déterminer si les femmes entrepreneures ont des caractéristiques et comportements spécifiques, en regard d'un public masculin et si, ces spécificités nécessitent la mise en place de dispositifs spécifiques d'aide à l'entrepreneuriat.

Cette recherche amène à défendre l'idée qu'il faut aborder la situation des femmes entrepreneures et/ou indépendantes sous un angle systémique. La vie quotidienne de ces femmes est le résultat d'une interaction permanente entre leur vie professionnelle et leur vie familiale; plusieurs de leurs choix sont guidés par leur position dans la société et par le type d'infrastructures que la société met à leur disposition (quantité, qualité et efficacité des services des gardes). Enfin, comprendre ce qui motive et guide leurs choix ne peut se faire sans un détour par la réalité du marché du travail et le statut des

femmes salariées (le plafond de verre qui est pour les plus qualifiées, un moteur de l'entrepreneuriat). De plus, la réalité des femmes entrepreneures et indépendantes ne peut se comprendre sans croiser d'autres variables indépendantes, telles que le niveau de qualification, l'âge ou l'origine ethnique. Nous ne nous inscrivons pas dans une vision naturaliste des différences hommes-femmes. Nous proposons tout simplement de prendre en compte leurs réalités socio-économiques et culturelles, les effets de leurs trajectoires de socialisation qui ont été construites autour de la différenciation des rôles sociaux et des genres et voir dans quelle mesure les femmes elles-mêmes définissent leur activité d'entrepreneure en regard de différences sexuées.

I. – MÉTHODOLOGIE

Si, en Belgique, les femmes représentent 50 % de la population active et 42 % de l'ensemble des salariés, leur part n'excède pas 29 % des assujettis au statut d'indépendant (Goffin *et al.*, 2003). Si on cible « les chefs d'entreprise », on constate qu'elles ne représentent que 12 % des actionnaires à titre principal des sociétés, auquel on peut ajouter 18 % d'associée². En France, selon les estimations réalisées (ACPE, 2001; Béthoux, 2000, 2002), on obtiendrait une proportion assez similaire. Si ces chiffres permettent de pointer la sous-représentation des femmes dans ce statut d'entrepreneur et de travailleurs indépendants, il faut les prendre avec beaucoup de prudence. Si la variable « sexe » existe pour le fichier des indépendants (travailleurs autonomes), dans pratique-

2. Lambrecht et Pirnay (2003), <http://www.ulg.ac.be/crdocpme>

ment tous les pays, les bases de données sur les entreprises n'encodent pas le sexe des actionnaires. Les chiffres sur les femmes « chef d'entreprise » sont donc souvent des estimations qui résultent d'une analyse secondaire des données (notamment à partir du prénom). Par ailleurs, le contexte juridique et/ou fiscal peut fausser les chiffres. Ainsi dans plusieurs cas, l'entreprise est au nom d'un des conjoints alors que c'est l'autre qui en assume la responsabilité. Se pose également le problème du manque de visibilité des conjointes aidantes³ ou co-entrepreneur qui apparaissent dans les données statistiques pour autant qu'elles aient été déclarées, ce qui est loin d'être systématique.

Même si nous observons une sous-représentation des femmes dans ce statut, la croissance de l'entrepreneuriat est cependant fortement liée à l'intérêt croissant des femmes

pour ce statut. En Belgique, les femmes constituaient 38 % des nouveaux indépendants en 2002. Durant la période 1972-2001, si le nombre d'indépendants masculins a augmenté de 8,9 %, le nombre d'assujetties a connu une progression de 29,7 %. Au Québec, de 1981 à 2001, le taux de croissance de l'entrepreneuriat masculin (travailleurs indépendants et employeurs) était de 32 % et 213 % pour l'entrepreneuriat féminin (définition extensive) (St Cyr, Hountondji et Beaudouin, 2003). On peut donc penser que les femmes sont largement responsables du dynamisme entrepreneurial.

Cette recherche s'inscrit dans un projet, appelé Diane, financé par le Fonds social européen, coordonné par l'UCM-Hainaut et Markant (CEZOV), associations qui défendent les intérêts des classes moyennes et proposent un ensemble de services à leurs

PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON

- 31 % des femmes de notre échantillon sont dans le secteur du commerce, 23 % dans le secteur des services, 24 % sous le statut de professions libérales. Nous avons seulement 10 % des femmes pour le secteur de l'industrie, du bâtiment/construction et de l'agriculture.
- 37 % ont moins de 40 ans, 30 % plus de 50 ans.

Société en personne morale :	39,9 %
Personne physique :	51 %
Inconnu :	9 %
Pas de salariés :	49,7 %
de 1 à 10 salariés :	43,1 %
de 11 à 50 salariés :	3,5 %
Plus de 50 salariés :	1,0 %
Associés dans l'entreprise :	31,6 %
Pas d'associés (seule) :	68,4 %

3. En Belgique, comme dans la plupart des pays européens, les conjoints aidants sont à 90 % des femmes.

membres (formation et information, secrétariat social, etc.).

Le volet recherche comprenait :

- une analyse des statistiques nationales existantes (Goffin *et al.*, 2003) ;
- une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures (288 questionnaires complétés pour l'ensemble de la Belgique) (Cornet *et al.*, 2003) ;
- des focus groupes, organisés par l'UCM, qui réunissaient des femmes entrepreneures et indépendantes et des intermédiaires de l'aide à la création et au développement des PME autour de thèmes tels que la conciliation vie familiale – vie professionnelle, l'accès au financement, le statut des indépendantes ;
- pour la région francophone, une quarantaine d'interviews qualitatives ont été réalisées. Les interviews ont été diversifiées en termes de secteur d'activités et de provinces ;
- des réunions de sensibilisation à la problématique et d'échanges d'idées avec le personnel (commercial, administration, réceptionniste, etc.) de l'UCM.

II. – LE PROFIL DES ENTREPRISES DIRIGÉES PAR LES FEMMES

Tous les auteurs précités sont unanimes, les entreprises détenues par des femmes sont souvent plus récentes (donc plus jeunes) que celles des hommes.

La constitution en société est beaucoup plus rare chez les femmes ; elles préfèrent demeurer propriétaire unique, contrairement aux hommes. Elles optent plus souvent pour le statut d'indépendant (personne physique) que pour la constitution en société (personne morale).

Elles travaillent souvent seule (51,2 %). 42,75 % ont de 1 à 10 salariés. On est donc majoritairement dans le monde des TPE (très petite entreprise) et des micro-entreprises. Le centre de recherche sur les PME (Lambrecht et Pirnay, 2003) attribue cette caractéristique de taille, non pas au fait que l'entreprise soit gérée par une femme, mais au secteur d'activité et au niveau de formation de l'entrepreneure. Ainsi une entreprise dans le secteur des services engagera moins de personnes qu'une entreprise dans le secteur industriel. Dans notre enquête, le facteur, le plus fréquemment évoqué par les femmes entrepreneures pour expliquer la petite taille de leurs entreprises, est le coût de la main-d'œuvre. Des traits de caractère peuvent également jouer un rôle : on voit dans plusieurs interviews une volonté de garder son autonomie et son indépendance, des difficultés à déléguer ou encore le désir de continuer à exercer son métier de base et à rester en contact direct avec la clientèle⁴. Elles semblent, par contre, développer des formes d'organisation du travail basées sur des partenariats d'affaires.

L'influence de la taille sur la performance de l'entreprise et sur ses perspectives de développement a été largement étudiée par Louise St Cyr qui en déduit que ce facteur pénalise les femmes en regard des possibilités de financement : « Les entreprises des femmes semblent se trouver dans un cercle vicieux où la petite taille de leur entreprise restreint leur accès au financement institutionnel et où le manque de financement restreint les possibilités de croissance des entreprises. » (St Cyr *et al.*, 2003, p. 5).

Ces entreprises sont en grande majorité dans les secteurs de la vente au détail, hôtels et

4. Ce lien avait aussi été mis en évidence par Lee-Gosselin et Grisé (1990).

restaurants, services collectifs et santé/éducation. Les femmes restent peu présentes dans les secteurs industriels, y compris dans les nouveaux secteurs comme le secteur des TIC. En Belgique, 14 % des indépendants de ce secteur sont des femmes.

Nous constatons une présence croissante des femmes dans les professions libérales (40 % des indépendants inscrits dans une profession libérale), avec toutefois une proportion très inégale de femmes selon le secteur d'activité (majoritaires dans les professions libérales liées à la santé et fortement présentes dans les professions juridiques, minoritaires dans les professions d'huisiers de justice, ingénieurs, géomètres et comptables indépendants).

Les femmes qui sont dans des secteurs majoritairement masculins soulignent le fait que cela n'a pas été toujours facile de trouver leur place et qu'assez systématiquement, leurs compétences ont été mises en doute. Et cela est d'autant plus vrai quand la femme est amenée à succéder à un homme (reprise d'entreprise). Le diplôme constitue alors un atout pour asseoir sa crédibilité.

III. – LE PROFIL DE LA FEMME ENTREPRENEURE ET/OU INDÉPENDANTE

Les caractéristiques prises en compte sont l'âge, le niveau de diplôme, la situation familiale et la situation professionnelle avant de prendre le statut d'indépendant. Nous ne traitons pas de l'origine ethnique, faute de données pertinentes, mais ce thème pourrait s'avérer prometteur pour des recherches ultérieures.

En Amérique du Nord (Canada et États-Unis), les femmes entrepreneures seraient plus jeunes que leurs homologues mascu-

lins (Légaré et St Cyr, 1999). En France, l'ACPE (2001) trouve des résultats un peu différents : les femmes entrepreneures et/ou indépendantes seraient plus âgées que leurs homologues masculins. Pour la Belgique, la répartition par catégorie d'âge du fichier des indépendants ne donne pas de différences significatives. Toutefois, si on regarde la proportion de femmes par catégories d'âge, on constate une présence croissante des femmes dans les plus jeunes catégories d'âge des entrepreneurs et indépendants : 37 % des indépendants de moins de 30 ans sont des femmes pour 24 % des indépendants de plus de 60 ans.

L'ACPE (2001) constate que, pour la catégorie des moins de 25 ans, les créatrices d'entreprise sont plus nombreuses que les créateurs. Le rapport s'inverse, par contre, pour les 25-39 ans, avec à nouveau un nombre plus important de femmes que d'hommes dans la création pour les tranches d'âge supérieures à 50 ans.

1. Niveau de diplôme

En Amérique du Nord, les femmes entrepreneures auraient un niveau de scolarité plus élevé que les hommes, elles ne posséderaient souvent pas d'expérience antérieure dans leur secteur d'activité (St Cyr *et al.*, 2003).

Dans notre enquête, environ un tiers des femmes entrepreneures ont une formation universitaire ou de l'enseignement supérieur de type long, un tiers détient un diplôme de l'enseignement supérieur de type court et un tiers a un diplôme de l'enseignement primaire ou secondaire.

Le niveau d'études est fortement corrélé au processus d'acquisition du statut d'indépendant. Les femmes ayant un niveau de diplôme moins élevé sont généralement dans un processus de création par nécessité

ou de reprise familiale. Celles qui ont un niveau de diplôme plus élevé (universitaire, école supérieure et graduat) sont plus souvent dans des processus de création volontaires avec l'idée de saisir des opportunités. Au-delà de la question du niveau d'études, plusieurs femmes mettent en évidence que leurs études ne les ont pas préparées à gérer une entreprise et à devenir indépendante. Ceci permet d'identifier une piste d'action encore trop souvent oubliée pour soutenir l'entrepreneuriat : l'intérêt d'avoir des cours de base en gestion d'entreprise dans son cursus scolaire et cela tant pour les universitaires que pour les diplômés professionnels.

2. Situation familiale

Sur l'ensemble des 288 femmes entrepreneures, les trois quarts sont en couple (soient 216 femmes) et 83,3 % ont un ou plusieurs enfants. Parmi les femmes ayant des enfants, 46,5 % (soient 113 femmes sur un total de 243) ont deux enfants, un tiers de ces femmes ont trois enfants ou plus. Leur conjoint ou partenaire travaille généralement dans une autre entreprise (52,8 % des cas) mais pointons tout de même que sur 246 couples, plus d'un cinquième des conjoints/partenaires sont associés à la femme entrepreneure (21,2 %). Ces femmes n'ont pas décidé de faire un choix : la famille ou l'activité professionnelle, elles souhaitent, au contraire, trouver un équilibre entre les deux pôles.

Le centre de recherche PME et entrepreneuriat de l'université de Liège (Lambrecht et Pirnay, 2003) a identifié dans une étude similaire que 40 % des femmes qui étaient seules sans enfant au démarrage de l'activité ont gardé ce statut au moment de l'enquête alors que 80 % des hommes dans la même situation étaient au moment de l'enquête en couple avec enfants. Par ailleurs, ces cher-

cheurs montrent que le fait de se mettre en couple constitue une décision qui retarde l'accession au statut d'entrepreneur et cela plus nettement pour les femmes (4,4 ans) que pour les hommes (1 an). Le fait d'avoir ou non des enfants ne semble pas, par contre, avoir un effet différentiel sur les hommes et les femmes. Ces chercheurs en tirent comme conclusion que « pour une femme, ce n'est pas tant d'avoir un enfant que d'avoir un conjoint qui retarde son entrée dans l'entrepreneuriat » (2003, p. 32). La volonté de mener de front vie professionnelle et vie familiale explique pourquoi plusieurs d'entre elles ont largement parlé des freins que constitue la répartition des tâches familiales et parentales pour le développement de leur activité. Les femmes interviewées sont majoritairement d'accord pour dire que, même si le conjoint participe aux tâches ménagères et au soin et à l'éducation des enfants, c'est la femme qui s'occupe de la majeure partie de ces tâches dans le ménage. 64 % de femmes entrepreneures déclarent que leurs activités principales en dehors du travail sont la famille et l'éducation des enfants.

Paradoxalement, c'est la famille et ses contraintes liées à la répartition sexuée des rôles qui semblent en avoir attiré plus d'une vers ce statut d'indépendant. En choisissant ce statut d'indépendant, elles voulaient avoir plus de flexibilité ce qui ne veut pas dire travailler moins d'heures mais pouvoir gérer son temps de travail et ses horaires, en fonction des besoins de l'activité professionnelle et de la vie de famille. Plusieurs pointent le fait que les structures de garde sont peu adaptées aux contraintes des femmes qui travaillent, surtout quand les enfants sont en âge scolaire. L'importance de disposer de structures de garde suf-

fisantes (pour les enfants en bas âge et pour la période scolaire), de qualité, adaptées aux réalités des femmes qui travaillent comme salariées et comme indépendantes a été largement évoquée.

3. Situation professionnelle au démarrage de l'entreprise

Le statut d'indépendant ne constitue pas pour la majorité des femmes de notre échantillon une rupture par rapport à une situation de non-emploi mais un changement de statut dans une situation de travailleuse. 66 % des femmes travaillaient avant de lancer leur propre activité, la plupart d'entre elles en tant que salariée dans le secteur privé. Ces femmes optent généralement pour une période de transition avec un statut d'indépendante à titre complémentaire.

En regard des publics cibles de certains programmes d'aide à l'entrepreneuriat, seulement 7,3 % des femmes de notre échantillon étaient demandeuses d'emploi et 5,6 % femmes au foyer. Ces femmes sont souvent les plus fragiles face au processus d'entrepreneuriat. Elles ont souvent une image « faussée » de la vie quotidienne des indépendantes et anticipent mal les implications sur la vie familiale. Ceci entraîne des cessations d'activités avec parfois une accentuation de la situation de précarité.

IV. – MANIÈRE DE GÉRER LEUR ENTREPRISE ET « D'ÊTRE EN AFFAIRE »

Nous allons reprendre plusieurs thèmes, déjà documentés dans la littérature : les motivations à créer son entreprise et/ou à opter pour le statut d'indépendant, l'accès et les modalités du financement, la croissance et la performance de ces entreprises,

l'utilisation des formations et leur implication dans les réseaux.

1. Les motivations à créer son entreprise et/ou à opter pour le statut d'indépendant

La littérature distingue généralement deux types de profils d'entrepreneur(e)s à partir de leurs motivations à créer une entreprise : le groupe « pull » (création par opportunité) et le groupe « push » (création par nécessité) (OCDE, 2000).

Le profil « création par opportunité et par choix » (75 % de notre échantillon) regroupe le besoin d'autonomie et d'accomplissement personnel, le désir d'organiser soi-même son travail, l'envie de lancer et de développer un produit ou un service, saisir une opportunité ou relever un défi, peu de possibilités de promotion et « plafond de verre ». Ce dernier facteur est parfois classé dans le groupe « push » (création par nécessité), il nous semble toutefois qu'il répond à une volonté de rompre avec les règles de l'entreprise et de prendre son avenir en main.

Le profil « création par nécessité » implique une notion de choix forcé : chômage, raisons familiales comme les dettes du conjoint, licenciements, reprise de l'activité suite au décès d'un père ou d'un conjoint. Plusieurs femmes mettent en avant que leur retrait du marché du travail pour élever leurs enfants les a pénalisés fortement quant aux possibilités de retrouver du travail comme salariée. Le statut d'indépendant leur est apparu comme un moyen (parfois le seul) pour pouvoir réintégrer le marché du travail.

Le scénario de reprise d'une entreprise familiale mériterait une attention particulière. Dans plusieurs autres cas, on est dans

une situation de reprise non préparée. Plusieurs femmes pointent une situation paradoxale : elles n'étaient pas pressenties pour reprendre l'activité familiale parce qu'elles étaient une femme, mais les circonstances les ont amenées à jouer ce rôle de repreneur. Cette situation n'a pas toujours été facile à vivre et plaide pour un travail spécifique autour de la préparation de la relève⁵.

2. L'accès et les modalités du financement

La majorité des femmes de notre échantillon sont satisfaites des services de financement qui existent et ne se perçoivent généralement pas discriminées par rapport aux hommes. Ces résultats nous ont surpris car plusieurs recherches mettaient en évidence des traitements différenciés des demandes de financement selon le sexe (OCDE, 2000, Association des banquiers canadiens, 1996 ; Béthoux, 2000 et 2002). En phase avec ces recherches, deux caractéristiques se retrouvent toutefois notre échantillon :

- une tendance des femmes entrepreneures et indépendantes à emprunter et à investir des petits montants. La moitié des femmes entrepreneures ont investi des montants inférieurs à 25 000 euros lors du démarrage de leur activité. Seules 23 % d'entre elles ont injecté plus de 75 000 euros. Ceci varie selon le secteur d'activités.
- une prudence face à l'emprunt que certains appelleront aversion au risque. L'argument le plus souvent évoqué par les femmes pour justifier cette prudence est leur besoin de « protéger la famille », de

ne pas la mettre en difficulté suite à des emprunts inconsidérés. On voit ici le poids des rôles sociaux, des apprentissages et de la socialisation.

Comme le montrent la plupart des recherches sur le sujet, les femmes font peu appel au financement institutionnel et ne se tournent vers le crédit bancaire qu'en cas de nécessité. Les femmes exerçant une profession libérale empruntent plus souvent de l'argent à leur famille ; elles sont plus nombreuses à contracter des emprunts bancaires. Plus de la moitié des femmes n'ont introduit, au cours des cinq dernières années d'existence de leur entreprise, aucune demande de financement bancaire ; 20 % n'ont introduit qu'une seule demande et 21 % d'une à cinq demandes de financement. Ces demandes varient selon que l'entreprise engage ou non du personnel, le secteur d'activité et l'âge de l'entreprise.

On peut se demander si ces résultats ne reflètent pas avant tout une évolution globale des banques en regard des petites entreprises et de certains secteurs d'activité. Les banques sont de moins en moins intéressées à investir dans des petits projets, notamment dans le secteur de la restauration, du commerce de détail et des soins aux personnes. Or, ces secteurs sont majoritairement ceux qui sont choisis par les femmes. La plupart des femmes qui ont des entreprises de grande taille, dans le secteur industriel, n'ont souvent pas rencontré de problèmes majeurs pour obtenir des prêts et financer des investissements.

Une très large majorité des femmes ayant introduit une ou plusieurs demandes de financement auprès d'institutions bancaires

5. Voir notamment les recherches de Louise St Cyr à Hec Montréal.

ont vu toutes leurs demandes acceptées (82,5 % d'entre elles, soit 50 sur 61). 60 % (79 sur 131) pensent qu'il n'y a eu aucune discrimination au niveau des garanties personnelles demandées par les banques ou du cautionnement du conjoint.

Une analyse sexuée des fonds publics attribués pour soutenir l'entrepreneuriat (Cecchini *et al.*, 2003) ne montre pas de différences significatives dans le nombre de dossiers déposés par les femmes et les hommes et le traitement des dossiers. Par contre, on constate que celles-ci demandent de plus petits montants, ont souvent des dossiers mieux construits et plus complets et sont plus régulières dans les remboursements.

Ce thème du financement reste largement ouvert. Certains défendent l'idée qu'il faudrait mettre en place des fonds spécifiques pour soutenir l'entrepreneuriat féminin⁶ et plus d'initiatives de microcrédit en mettant en avant le fait que les montants demandés sont souvent peu importants et pourraient tout à fait s'inscrire dans ce type de financement. D'autres pensent, au contraire, que de telles actions entraîneraient une stigmatisation du public féminin.

3. La croissance et la performance de ces entreprises

Une grande majorité de femmes entrepreneures et indépendantes s'est fixée comme objectifs principaux pour leur entreprise la croissance du chiffre d'affaires et la croissance du bénéfice. Près d'une femme sur deux (40,5 %) veut investir dans de nouveaux équipements et une sur dix dans la recherche et le développement. 10 % envisagent l'exportation.

Parmi les objectifs fréquemment mis en avant, on retrouve un souci d'améliorer la qualité de l'offre de produits et services et le respect des clients. Plusieurs pointent une préoccupation du bien-être du personnel.

Par contre, la croissance de la taille ne constitue l'objectif que d'une minorité d'entre elles. Une étude réalisée en Hollande (Verheul *et al.*, 2002) constate également que les femmes entrepreneures optent plus souvent que les hommes pour une stratégie de continuité bien plus que de croissance.

Autour de ce thème des objectifs se greffe la définition de la performance. L'enquête réalisée par le centre PME conclut que les entreprises dirigées par les femmes sont tout autant performantes que celles dirigées par les hommes. Toutefois, comme le souligne très bien Louise St Cyr (2002), tout dépend de la manière dont on définit la performance : si on regarde le taux de survie, cela s'avérerait plutôt favorable aux femmes ; pour la croissance et le rendement, il ne semble pas y avoir de différence importante entre l'un et l'autre sexe ; par contre, le critère « taille » est plus favorable aux entreprises gérées par les hommes.

Un autre critère à prendre en compte est le revenu du travail indépendant. Et là, force est de constater que les femmes semblent retirer moins de revenus de leur activité indépendante que les hommes. Ainsi, en Belgique, la répartition des hommes et des femmes assujettis par tranche de revenu montre que les femmes se situent plus souvent que les hommes dans les catégories de revenus inférieures (Goffin *et al.*, 2003). 54,7 %, déclarent des revenus inférieurs à

6. De tels fonds sont notamment décrits dans le rapport de Louise St Cyr (2003) et celui de Béthoux (2002), ainsi que dans les rapports de l'OCDE.

7500,00 euros, contre 33,9 % des hommes. 22,6% des hommes indépendants se situent dans une catégorie de revenu supérieure à 250000 euros, contre 11,3 % des femmes. L'étude du centre PME (Lambrecht et Pirnay, 2003) montre également que, à profils identiques (degré de formation et motivation au démarrage), les femmes entrepreneures ont 3,1 fois plus de probabilité que les hommes d'appartenir à la catégorie de revenus la plus faible et que plus de 32 % des indépendants féminins qui sont tombés en dessous du seuil de pauvreté restent pendant une période de référence de 6 ans (1995-2000) en dessous de ce seuil alors que cette proportion s'élève à 13 % des indépendants masculins. Louise St Cyr (2003, p. 4) pense que « ce constat pourrait s'expliquer en partie par le fait qu'elles consacrent en moyenne moins d'heures de travail que ces derniers à leur activité entrepreneuriale et qu'il est légitime de se demander s'il n'existe pas un lien entre le temps investi dans l'entreprise et sa taille. » Les femmes représentaient, en 2002, 38 % des indépendants qui ont cessé leurs activités (choix ou faillite). Il serait intéressant de voir ce qui peut expliquer le nombre important d'arrêt d'activités en tentant d'isoler un effet éventuel du genre (choix du secteur d'activités, compétences de l'indépendant, modification du système familial, par exemple).

4. Formation permanente

Le frein principal à la formation est le manque de temps et le fait qu'il n'existe pas de formation en rapport avec certains secteurs d'activité (31 %). Vient ensuite le coût, l'éloignement géographique du lieu de formation et le manque d'informations sur ce qui est disponible. Les femmes forment des attentes très précises sur les

modalités de la formation : formations centrées, qui tiennent compte de leurs réalités de femmes donc de leur peu de disponibilité. Quant à l'idée d'utiliser des formations en ligne (par l'internet), les avis divergent, souvent par manque de connaissances de ce qui pourrait se construire autour de cet outil. En ce qui concerne les attitudes vis-à-vis de la mixité dans les formations, une typologie à trois niveaux se dégage :

- une attitude « neutre » (18 %) : ces femmes sont satisfaites de l'offre de formation actuelle et n'ont aucune attente spécifique en regard de la mixité ou non mixité de ces formations ;
- une attitude « plus de mixité » (40 %) mais avec une répartition équilibrée des deux sexes : ces femmes pensent qu'elles oseront plus s'exprimer et auront plus confiance en elle dans une formation où les femmes ne seront pas minoritaires ;
- une attitude favorable à des groupes spécifiquement féminins (20 %).

5. Implications dans les réseaux

58 % des femmes entrepreneures de notre échantillon sont membres d'un ou plusieurs réseaux d'affaires. Quatre femmes entrepreneures sur dix ne participent à aucun réseau. L'étude du centre de recherche PME a des chiffres plus faibles : 26 % des femmes disent faire partie d'un réseau pour 42 % d'hommes. Celles qui sont le plus souvent dans des réseaux sont les femmes exerçant une profession libérale ; à l'inverse seulement un tiers des femmes du secteur des services en font autant. Le manque d'implications des femmes dans les réseaux d'affaire s'expliquerait par plusieurs facteurs : responsabilités familiales, concentration dans des secteurs féminins qui intéressent peu les

réseaux traditionnels, constitution des réseaux sur une base informelle qui favorise indirectement les hommes⁷. Ceci a pour effet d'accentuer l'isolement des femmes et pourrait affecter la croissance de leur entreprise (McGregor, 2000).

Que recherchent les femmes entrepreneures au sein d'un réseau d'affaires ? L'analyse permet d'identifier d'un côté, celles qui voient les réseaux comme un lieu d'échange et de convivialité ; d'un autre côté, celles qui recherchent des avantages plus tangibles, tels que l'accès à la formation, la possibilité d'élargir sa clientèle, de trouver de nouveaux fournisseurs.

Pour une partie des femmes, le fait que les réseaux soient composés majoritairement d'hommes ne semble pas être un frein. La majorité pense qu'il faut s'insérer et participer à des réseaux masculins et ne pas créer de réseaux féminins. Mais, cela n'empêche pas que 73 % d'entre elles souhaiteraient devenir membre d'un réseau spécifiquement adressé aux femmes entrepreneures si elles en avaient la possibilité.

Au-delà des réseaux se pose la question de la présence des femmes dans les associations patronales. En Belgique, les femmes ne représentent que 7 % des membres de l'Union wallonne des entreprises (UWE), 11 % de la Fédération belge des entreprises (FEB) et 13 % de l'UCM (Union des classes moyennes) (Lambrecht et Pirnay, 2003).

CONCLUSIONS

Dans cet article, notre objectif n'était pas d'identifier des différences entre « les hommes » et « les femmes » entrepreneurs

mais de voir dans quelle mesure la réalité des femmes qui se lançaient dans une activité comme indépendante était marquée par les rapports sociaux de genre. Notre recherche montre que la vie de ces femmes entrepreneures, la façon dont elles se positionnent dans ce monde des indépendants, la façon dont elles vont gérer leur entreprise et percevoir leur croissance restent influencées par leurs réalités « de fille » (scénario de reprise), « de conjointe », « de mère ». La répartition des tâches familiales et parentales à l'intérieur du ménage continue à structurer et à influencer une partie de leurs choix.

Le choix du secteur d'activité reste fortement influencé par les réalités de genre. Ainsi, elles investissent majoritairement dans des secteurs traditionnellement féminins : commerce, services, soins de santé et services aux personnes. Elles sont présentes dans des secteurs d'activité traditionnellement masculins (construction, transport, etc.) mais elles ont dû souvent se battre pour asseoir leur crédibilité, soit en s'appuyant sur leurs compétences et diplômes, soit en bénéficiant d'un « mentor » souvent masculin.

La recherche confirme les biais sexués de la définition de performance. Leur choix de rester dans des entreprises de petite taille les pénalise souvent dans leur recherche de financement et dans leur perspective de développement et de croissance. Au niveau du financement, la dimension sexuée revient d'une part, au travers du peu d'intérêt des investisseurs pour leurs secteurs d'activité et d'autre part, sur l'interprétation qui est donnée au fait qu'elles empruntent en général de petits montants. Cette don-

7. Voir notamment les travaux réalisés au niveau européen dans le réseau « entreprendre au féminin » : <http://europa.eu.int/comm/entreprise/entrepreneurship/craft/craft-women/documents/proceedings-fr.pdf>

née, souvent mise en perspective par les femmes comme leur volonté de ne pas mettre la famille en situation de précarité, est interprétée encore trop souvent de manière négative, au travers de la notion « d'aversion au risque », qui pourrait finalement devenir une « prise de conscience des risques ».

Les femmes revendiquent une prise en compte de leurs réalités dans les dispositifs d'aide à l'entrepreneuriat. Cela renvoie d'une part, à la qualité et à la quantité des infrastructures de garde pour enfants et aux aides diverses pour déléguer les tâches familiales et parentales (facteur de contexte) d'autre part, à la prise en compte de leurs contraintes dans l'élaboration des programmes de formation, dans l'organisation des réseaux, dans l'accessibilité des services d'aide à l'entrepreneuriat.

La recherche montre qu'on ne peut appréhender cette réalité des femmes et de l'entrepreneuriat comme un bloc monolithique. Cette réalité est traversée par d'autres rapports sociaux : ceux liés au diplôme et à la qualification, ainsi que l'âge et l'origine ethnique.

Plusieurs pistes d'action devraient s'inscrire dans une logique de « gender mainstreaming ». Il ne s'agit plus ici de mettre sur pied des actions spécifiques pour l'un et l'autre sexe mais d'agir pour transformer de manière préventive les règles du jeu, qui souvent inconsciemment et indirectement favorisent les hommes. Ce chan-

gement qui prendra en compte les réalités socio-économiques des femmes devrait permettre un meilleur équilibre entre hommes et femmes dans l'entrepreneuriat. Concrètement, cela signifie, par exemple, rendre plus visible les femmes dans les manifestations, cours et informations données sur la vie des entreprises et de leurs dirigeants (prix, outils pédagogiques, etc.); réfléchir aux biais sexués qui peuvent exister dans des dossiers de sélection d'aides à des entreprises (dévalorisation des secteurs majoritairement féminins, perçus comme peu porteurs et survalorisation des secteurs majoritairement masculins), s'assurer dans les missions commerciales internationales d'une représentation d'entreprises gérées par des femmes et de secteurs d'activité majoritairement aux mains des femmes (Horeca, commerce, soins aux personnes, éducation, etc.). Des actions de sensibilisation qui visent à agir sur les représentations devraient être réalisées auprès des intermédiaires sociaux de première et de deuxième ligne : les enseignants et les orienteurs ainsi que les comptables et banquiers qui sont souvent des interlocuteurs privilégiés.

Retenons, enfin, l'importance pour soutenir l'entrepreneuriat des femmes (et des hommes), d'avoir des cours de base en gestion d'entreprise dans son cursus scolaire et cela tant pour les universitaires, notamment dans les filières scientifiques, que pour les diplômés professionnels.

BIBLIOGRAPHIE

- APCE, *Les femmes et la création d'entreprise*, Paris, Collection Focus, 2001.
- Association des banquiers canadiens, « Les femmes entrepreneures et les banques : perceptions et réalités », brochure, Montréal, 1996.
- Baygan G., *Mieux connaître l'entrepreneuriat féminin*, Atelier n° 4, OCDE, 2000.
- Béthoux R., *Développer la culture de l'entreprise chez les femmes : éducation et formation dans le contexte des très petites entreprises*, Paris, Fiducial Éditions, 2000.
- Béthoux R., *Livre blanc de l'entrepreneuriat féminin, 24 propositions pour un modèle français*, Paris, Fiducial Éditions, 2002.
- Cecchini I., Cornet A., Holvoet N., « Le gender budgeting en Belgique : rapport de synthèse », Bruxelles, ministère de l'Emploi et du Travail, 2003.
- Lambrecht J., Pirnay F. (coord.), Amedodji P. et Aouni Z., « Entrepreneuriat féminin en Wallonie », Centre de recherche PME et d'entrepreneuriat, université de Liège, EHSAL-KU, Brussel, 2003, <http://www.ulg.ac.be/crdocpme>
- Cornet A., Constantinidis C., Asendéi S., *Les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux*, Recherche quantitative, rapport national (Belgique), Projet Diane, financé par le Fonds social européen, projet Equal, 2003.
- Ducheneaut B., *Les femmes entrepreneurs en France*, Paris, Seli Arslan, 2000.
- Goffin I., Mertens T., Van Haegendoren M., *Diane – L'entrepreneuriat en Belgique : faits et chiffres*, SEIN/2003/17 (université du Limbourg, Belgique), D/2003/2451/51, ISBN 9075262396, décembre 2003.
- Julien P.A., *L'entrepreneuriat au Québec : Pour une révolution tranquille entrepreneuriale*, Les éditions Transcontinentales Inc. et Les éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship, Canada, 2000.
- Lavoie D., « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, février 1988.
- Lee-Gosselin H. et Grisé J., "Are women owner-managers challenging our definition of entrepreneurship? An in-depth survey", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, 1990, p. 423-433.
- Légaré M.H. et St-Cyr L., « Portrait statistique des femmes entrepreneures : les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin et la disponibilité des données sur les femmes et leur entreprise », Rapport d'expertise déposé et publié par le ministère de l'Industrie et du Commerce, Montréal, décembre 1999.
- McGregor J. H. and Tweed D. M., "Towards a Typology of Female Entrepreneurship: new Directions from a nationwide Study", *30th European Small Business Seminar – Female Entrepreneurship, Gender Issues*, Gent, Belgium, September 2000.
- OCDE, « Les femmes entrepreneures à la tête de PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir », *2^e Conférence sur l'entrepreneuriat féminin*, Paris les 29-30 novembre 2000.
- Korean M., « Le financement des entreprises dirigées par des femmes », dans le cadre de « Les femmes entrepreneurs à la tête de PME : Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir », atelier n° 3, OCDE, 2000.

St-Cyr L., Hountondji S., Beaudoin N., Mémoire présenté au Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneures, Chaire de « développement et de relève de la PME », HEC Montréal et Réseau des femmes d'affaire du Québec, 2003.

http://www.liberal.parl.gc.ca/entrepreneur/documents/030623_feedback_103.doc

St-Cyr L. et Lafortune A., « L'accès des entrepreneures au financement bancaire : perceptions et satisfaction », Actes de la *Conférence annuelle du Conseil canadien de la PME et de l'entrepreneuriat (CCSBE/CCPME)*, novembre 2000, p. 100-117.

Verheul I., Risseuw P., Bartelse G., "Gender differences in strategy and human resource management", *International Small Business Journal*, vol. 20, 2002, p. 443-476.