

L'entrepreneuriat féminin, cas de la France

Women entrepreneurship, case of France

Sana HENDA,

Enseignant-Chercheur,

ESC Amiens,

Amiens - France

sana.henda@gmail.com

Manal EL ABBOUBI,

Enseignante-Chercheuse,

Université Mohamed V Agdal,

Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales

Agdal, Rabat, Maroc

manal.elabboubi@gmail.com

Résumé :

Entre le XXème et le XXIème siècle, la place de la femme dans la société, dans la famille et dans l'emploi s'est considérablement métamorphosée.

En matière d'entrepreneuriat nous constatons que seulement un tiers des créateurs d'entreprises sont des femmes.

Une étude qualitative a été menée et a pour objectif la compréhension de la situation et des contraintes auxquelles sont confrontées les femmes au niveau de la création d'entreprise et surtout les apports économiques et sociétaux d'une éventuelle élévation de l'entrepreneuriat féminin. Des entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès de créatrices d'entreprise et d'acteurs au développement entrepreneurial.

Nous pouvons alors nous demander pourquoi ces femmes sont sous-représentées dans le processus entrepreneurial. L'analyse des résultats nous a permis de mettre en lumière les profils des créatrices d'entreprises, leur choix de financement, leurs difficultés à entreprendre et les apports de leurs projets au point de vue personnel, économique et sociale. Les résultats montrent que les difficultés que rencontrent les femmes concernent à titre d'exemple le niveau du financement du projet, la conciliation entre la vie personnelle et professionnelle et l'accès au réseau.

Mots-clés : femmes entrepreneures, création d'entreprise. Entrepreneuriat au féminin.

Abstract :

Between the twentieth and twenty-first century, the place of women in society, in the family and in employment has significantly transformed. In terms of entrepreneurship we find that only a third of entrepreneurs are women. A qualitative study was conducted and aims at the understanding of the situation and the constraints faced by women in the creation of business and especially the economic and societal contributions of a possible elevation of female entrepreneurship. Semi-structured interviews were conducted with business creators and actors in entrepreneurial development.

Then we can ask why these women are under-represented in the entrepreneurial process. The analysis of results allowed us to highlight the creative profiles of companies, their financing choices, challenges to undertake and the contribution of their projects to the personal perspective, economic and social. The results show that the difficulties that women face concerning for example the level of funding the project, reconciling personal and professional life and network access.

Keywords: women entrepreneurs, business creation. Women Entrepreneurs.

Introduction

Entre le XXème et le XXIème siècle, la place de la femme dans la société, dans la famille et dans l'emploi s'est considérablement métamorphosée. En effet les femmes ont commencé à intégrer le marché de l'emploi. Leurs rôles consistaient auparavant à se consacrer aux tâches domestiques

En 2010, selon l'enquête Emploi, la part des femmes dans la population active était de 47,7% et même si la motivation pour entreprendre est aussi forte que l'on soit homme ou femme, le profil du chef d'entreprise est plutôt masculin que féminin. Des obstacles sont donc présents et ralentissent les femmes dans leur projet de création.

Les actions gouvernementales ont évolué et ne cessent pas de promouvoir et de dynamiser l'entrepreneuriat au féminin. Le gouvernement français a mis en place un plan national de développement de l'entrepreneuriat féminin. Ce projet ambitionne d'augmenter de 10% le nombre de créatrices d'entreprise d'ici 2017. Nous constatons qu'en matière d'entrepreneuriat, seulement un tiers des créateurs d'entreprise sont des femmes. Malgré cela, la France est tout de même le quatrième pays au monde le plus développé au niveau d'entrepreneuriat féminin.

Les recherches également autour de l'entrepreneuriat féminin se sont multipliées ces dernières années. Les divers travaux réalisés sur le sujet de l'entrepreneuriat n'aboutissent pas à un consensus général. Il nous paraît alors judicieux de récapituler les idées des auteurs pour comprendre précisément l'action entrepreneuriale.

De plus, depuis quelques années l'entrepreneuriat de ces femmes est devenu au cœur des préoccupations

Nous pouvons alors nous demander pourquoi ces femmes sont sous-représentées dans le processus entrepreneurial ? Elles sont sans doute confrontées à des difficultés spécifiques.

Nous axerons la revue de littérature autour de plusieurs thèmes comme la notion d'entrepreneuriat, les caractéristiques socio-économiques de ces femmes, les difficultés auxquelles elles sont confrontées.

Une étude qualitative a été menée et a pour objectif la compréhension de la situation et des contraintes auxquelles sont confrontées les femmes au niveau de la création d'entreprise et. Des entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès de créatrices d'entreprise et d'acteurs au développement entrepreneurial.

L'analyse des résultats nous a permis de mettre en lumière les profils des créatrices d'entreprises, leur choix de financement, leurs difficultés à entreprendre et les apports de leurs projets au point de vue personnel, économique et sociale. Les résultats montrent que les difficultés que rencontrent les femmes concernent à titre d'exemple le niveau du financement du projet, la conciliation entre la vie personnelle et professionnelle et l'accès au réseau.

1. L'entrepreneuriat féminin : Revue de littérature

Selon Schumpeter (1928) l'entrepreneuriat n'est pas qu'une question de statut. L'entrepreneur doit parvenir à détecter des inventions dans le but de les transformer en « objet » acceptable par la société et par la société économique.

Selon Timmons (1994), l'opportunité est exploitée par des ressources contrôlées par l'entrepreneur. Il associe ainsi la notion d'entrepreneuriat à celle de l'opportunité d'affaires. L'opportunité s'apprivoise, se détecte et se crée grâce notamment à la créativité partie intégrante de l'entrepreneuriat.

Quant à Verstraete (2003), il relie le paradigme de la création d'une organisation à l'action d'entreprendre : « l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion ». L'auteur distingue clairement le processus du phénomène organisationnel et s'intéresse davantage à ce dernier. Il démontre que de multiples formes organisationnelles peuvent ainsi naître du phénomène entrepreneurial (pas nécessairement une entreprise ou une firme).

Verstraete et Fayolle (2005) définissent l'entrepreneuriat de manière plus générale en y incorporant les quatre items comme suit : « initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaires (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse ».

Les études empiriques menées sur l'entrepreneuriat concernent essentiellement les hommes entrepreneurs et non les femmes. Le projet entrepreneurial des femmes a des similarités avec celui des hommes. Néanmoins, les femmes empruntent généralement des choix et des stratégies différentes dus à des problématiques qui lui sont spécifiques.

L'intérêt pour la femme entrepreneure est assez récent, puisque le monde des affaires a longtemps été réservé aux hommes. Des recherches se sont développées ces dernières années pour s'intéresser à ce phénomène.

Cornet et Constandinidis (2004) caractérisent l'entrepreneuriat féminin comme suit : « 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) ».

Dans la revue de littérature, nous allons nous concentrer : les caractéristiques socio-économiques, les motivations et les obstacles rencontrés.

Le profil socio-économique des femmes entrepreneures

Le profil socio-économique des femmes entrepreneures concerne l'âge, la formation, l'influence familiale et l'expérience.

➤ L'âge

Une grande partie des études menées sur l'âge des créatrices d'entreprise affirment que les femmes sont souvent plus jeunes que les hommes au moment de la création entrepreneuriale.

Birley (1987) démontre que l'âge moyen des femmes se situe entre 25 et 40 ans alors que les hommes dépassent les 43 ans aux Etats-Unis.

Lacasse (1990) signale un âge de maturité concernant les femmes entrepreneures situé entre 25 et 40 ans au cours duquel l'action d'entreprendre peut murir efficacement. C'est selon lui, la période pendant laquelle la femme gère activement ses affaires.

Cependant, des recherches sont en contradiction avec les études établies précédemment.

Par exemple, Hirish et Peters (1991) prouvent que les hommes se dirigent vers un processus entrepreneurial à partir de 30 ans et les femmes quant à elles s'y soumettent à partir de 35 ans.

Plus récemment et d'après la dernière étude de l'INSEE (2013) sur le sujet, l'âge moyen du projet entrepreneurial est de 39 ans pour les femmes et 38 ans pour les hommes. Selon

celle-ci, les femmes entrepreneures ont tendance à rajeunir à l'instar des hommes qui se stabilisent.

Les créatrices d'entreprise ont permis la constitution de caractéristiques socio-économiques concernant les femmes entrepreneures. Ces caractéristiques liées à l'âge, la formation, la famille et les expériences professionnelles sont des sujets récurrents dans la littérature.

➤ La formation

Watkins (1983) a détecté un écart entre le niveau scolaire des femmes et des hommes aux Etats-Unis. En effet, la formation des femmes est inférieure à celle des hommes.

Hirish (1987) démontre au travers d'une étude que le niveau éducatif des femmes est similaire à celui des hommes exceptés dans les domaines de l'ingénierie, de la gestion et des sciences humaines. Le niveau de formation a un rôle important dans le processus entrepreneurial mais n'est pas pour autant une caractéristique déterminante.

A l'inverse, une étude de St Cyr et AL (2003) en Amérique du Nord, dévoile la supériorité du niveau universitaire des femmes.

Dans la même optique, Lavoie et Yudkin (1984) ont étudié les femmes européennes, cette exploration atteste du niveau d'enseignement plus élevé que la moyenne de la population. Parmi les femmes interrogées, huit entrepreneures sur dix ont fait des études supérieures. Cependant, ils précisent l'existence de différence d'instruction entre les pays, les femmes n'ont pas accès au même enseignement de base. Notamment dans les pays sous-développés, l'analphabétisme y est abondant et constitue une véritable problématique. Cette incapacité a donc des conséquences sur les opportunités des femmes à se lancer dans un processus entrepreneurial.

Cornet et Constandinidis (2004) ont étudié elles aussi le niveau de formation des créatrices d'entreprise. Elles concluent « qu'environ un tiers des femmes entrepreneures ont une formation supérieure 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 ».

➤ L'influence familiale

De nombreuses études montrent que l'entrepreneure est assujettie à une forte influence parentale. Ces recherches signalent que la profession des parents d'un entrepreneur impacte directement sur la personnalité de celui-ci. Dès son plus jeune âge, l'enfant d'entrepreneurs est soumis au caractère d'indépendance et à la volonté d'entreprendre.

Suite à l'enquête dédiée au marché du travail (Longitudinal Survey of Laboyr Market Experience) menée aux Etats-Unis, Dunn et Holtz-Eakin (1995) ont observé que les garçons étaient influencés par le père et les filles par la mère.

Autre point d'influence familiale : le statut marital des femmes entrepreneures. L'étude de Cornet et Constandinidis (2004) déclarent que les trois quarts des entrepreneures sont en couple et que pour la majorité d'entre elles, elles ont un ou plusieurs enfants.

Parmi ces femmes en couple, plus de la moitié ont un mari travaillant dans une autre entreprise. Un cinquième de celles-ci sont associées avec leurs maris et pour le reste les maris sont en recherche d'emplois ou pères au foyer. Concernant cette dernière catégorie, nous pensons que c'est ainsi le père qui s'occupe et gère l'éducation des enfants.

En 2010, Werbel tente d'expliquer ce retard à l'accession du projet entrepreneurial par le pouvoir du conjoint dans la décision financière.

Kirkwood (2009) interprète cette prolongation par le besoin d'approbation du mari pour décider de se lancer dans ce projet. C'est une caractéristique purement féminine, la femme échange davantage avec son conjoint à propos de son activité professionnelle.

➤ Les expériences professionnelles

Dans les années 80-90, le système scolaire s'est amélioré avec le développement de l'esprit créatif.

Rajemison (1995) a tenté de définir la culture entrepreneuriale de la manière suivante : certaines connaissances doivent permettre à un individu de passer à l'échelon d'entrepreneur.

Des mesures sont alors mises en place pour encourager dès le plus jeune âge à la création d'entreprise : formation sur la création d'entreprise dans les écoles, lien de proximité entre les entreprises et les universités.

Toujours d'après Cornet et Constandinidis (2004), la majorité des femmes travaillaient avant de créer leur entreprise. Elles optent habituellement pour une période de transition avant d'acquérir le statut d'indépendante. Il y a aussi les femmes en demande d'emploi et les femmes au foyer. Ces femmes sont plus fragiles et moins confiante face au processus d'entrepreneuriat à cause de la fausse image qu'elles ont de la vie quotidienne.

Ducheneaut (1997) différencie deux facteurs motivationnels dits « push » poussant les femmes vers un travail indépendant sans forcément de volonté mais une réelle nécessité et « pull » attirant le positivisme. Le facteur « push » est généralement dû à l'insuffisance du revenu familial. Le salarié est insatisfait : des conditions de travail, des horaires, écart de salaires entre les hommes et les femmes, attribution des postes, des relations employés-employeurs...Le chômage peut être un facteur de poussée également.

Le facteur « pull » attire les femmes à la volonté d'entreprendre. L'entrepreneur a un besoin d'indépendance et d'accomplissement et refuse de travailler pour une tierce personne. Celui-ci est donc prêt à assumer les risques sociaux, psychologiques et financiers. Parfois le désir d'indépendance domine les autres motivations de création d'entreprise. Etre dirigeante signifie alors être flexible dans la gestion du temps et la conciliation famille – entreprise. Il existe des facteurs secondaires qui ont une incidence minime dans le processus entrepreneurial. Nous pouvons citer comme exemple : l'épanouissement personnel, le goût d'entreprendre, le statut social, le pouvoir, le besoin de flexibilité, la gestion de son propre temps, le revenu...

Problèmes - obstacles rencontrés par les femmes en affaires

Dans la littérature, il est souvent indiqué que les femmes rencontrent davantage de difficultés dans le processus entrepreneurial que les hommes. Il existerait en effet des problématiques spécifiques à l'entrepreneuriat féminin.

A l'inverse des hommes, les femmes doivent faire face à des obstacles propres à elles notamment au niveau des attitudes socio-culturelles négatives comme par exemple la discrimination sexuelle. Avec les partenaires associés à l'entreprise : fournisseurs, banquiers, clients, la femme manque d'un cruel manque de crédibilité. Les hommes ne prennent pas au sérieux les femmes d'affaires alors qu'elles peuvent être redoutables.

➤ L'accès au financement

Il est souvent dit que l'accès au financement est le plus grand obstacle des créatrices d'entreprise. L'importance du capital au démarrage de l'activité, les fonds et les attentes des

organismes emprunteurs, la qualité du risque crédit, la réputation des femmes comme emprunteuses sont autant d'éléments déterminants à la femme entrepreneure.

Généralement, les femmes empruntent moins que les hommes au démarrage sans doute par soucis de prudence. St-Cyr (2003) explique cet emprunt mesuré de plusieurs manières: une croissance moins rapide de l'entreprise, une prise de risque moindre, une taille plus petite que la moyenne des entreprises françaises, des besoins moindres dus à une gestion différente.

D'autres recherches signalent que les femmes souhaitent investir leur propre argent au lieu de faire appel à l'emprunt. Myers en 1984 a appelé ce procédé : l'ordre de priorité financière.

Malgré la réputation des femmes comme « bonne emprunteuse », il est possible que les organismes financiers ne soient pas intéressés à prêter pour gagner si peu.

Cette discrimination envers les femmes est perçue comme positive selon le rapport Besson (1998) : « les politiques s'attachent à aider les femmes, les minorités ethniques, les personnes handicapées à devenir entrepreneur... ».

Levy (2002), Zouiten (2004) pensent que l'accès aux prêts bancaires pour les femmes est un frein mais pas une discrimination. Les femmes peuvent être bloquées par des lois ou des politiques institutionnelles. En occident, il est fréquent qu'une femme en attente de prêts doive justifier l'appui financier d'un proche (mari, parents).

➤ La conciliation entre vie de famille et vie professionnelle

La conciliation entre vie de famille et vie professionnelle est un sujet qui suscite l'intérêt de nombreux chercheurs.

Il en relève l'évolution de la place de la femme dans la société. Une évolution certes mais pas de véritables changements. La femme gère encore la majeure partie des tâches ménagères et l'éducation des enfants. Il est donc plus compliquée pour elle de gérer vie de famille et vie professionnelle.

Selon Cornet et Constandinidis (2004) l'enfant ne retarde pas le processus entrepreneurial mais plutôt le conjoint. Ces femmes choisiraient même ce statut d'indépendante pour avoir plus de flexibilité et gérer plus facilement les horaires de travail en fonction des besoins de la famille.

En accord avec Cornet et Constandinidis, Meurs (2010) pense que l'enfant marque une trajectoire différente et impacte sur une diminution de l'activité en terme de temps.

La famille et l'entreprise interagissent et créent des tensions entre le rôle à la maison et au travail, et impliquent même des dilemmes une fois que l'entreprise se développe (Morisson, 2010). Habituellement, les conflits tournent autour de la gestion de l'emploi du temps professionnel et personnel, l'engagement familial, l'autonomie, l'indépendance et l'implication au travail. Certains chercheurs pensent que la maternité est un facteur favorable à l'entrepreneuriat au féminin puisqu'il pousserait les femmes vers l'arrêt du statut salarial.

Tous s'accordent sur le fait que les systèmes de garde sont inadaptés aux contraintes des femmes.

➤ Le réseautage

De nombreuses études affirment que les femmes ont tendance à moins s'engager dans les réseaux que les hommes. Des études se sont intéressées au rôle du réseautage dans l'entrepreneuriat au féminin.

St Cyr (2003) observe un manque d'intérêt pour les sous-réseaux. Les données n'ont pas fait l'objet d'une actualisation mais au vu de la charge de travail et de famille des femmes, le constat est encore au goût du jour.

Baines (1998) informe sur le rôle des réseaux et explique qu'ils peuvent être d'une grande utilité dans l'entreprise. Andersson et Evensson (2000) complètent ce propos et ajoutent l'impact positif sur le processus de création d'un bon réseau.

Dans la littérature, nous retrouvons deux types de réseaux : les réseaux dits formels et les réseaux informels.

Concernant les réseaux formels, les recherches donnent pour exemple la participation des femmes aux réseaux type chambres de commerce et associations professionnelles. Ce réseau est peu exploité par les femmes. Les réseaux informels quant à eux ont une influence positive sur les entrepreneures. Ce sont généralement des rencontres occasionnelles, informelles. Mankelov (2002) annonce que les réseaux informels apportent un soutien moral et un sentiment d'encouragement lors des phases de croissance et de lancement aux femmes.

2. Méthodologie

Cette problématique s'inscrit dans une démarche exploratoire et descriptive visant l'exploration d'un phénomène encore peu traité jusqu'à maintenant. Les études autour de l'entrepreneuriat féminin spécifiquement sont peu nombreuses.

Il est nécessaire dans ce cas précis de recueillir des données qualitatives dans le but de comprendre le point de vue des femmes créatrices d'entreprise. Ces données sont composées de situations et d'expériences vécues personnelles et professionnelles.

Nous avons choisi de mener notre enquête à l'aide de la méthode qualitative. Notre échantillon est constitué de créatrices d'entreprise.

Nous avons mis en avant la présentation de l'entrepreneure et de l'entreprise en fonction de l'âge de la créatrice, du nom et du secteur d'activité de l'entreprise.

S'ensuit, le profil socio-démographie classé en catégorie selon l'année de création, le statut marital, la formation, les expériences professionnelles et les facteurs motivationnels. Nous avons également mobilisé les difficultés des entrepreneures au niveau du financement, de la conciliation vie professionnelle/ vie personnelle et l'appartenance ou non à un réseau.

Un guide d'entretien a été élaboré et couvre des axes à peu près similaires pour les femmes interviewées. Nous avons choisi d'utiliser des entretiens semi-directifs pour permettre aux interviewées de s'exprimer librement sur des thèmes prédéfinis afin de privilégier la richesse et la diversité des réponses (Wacheux, 1996). La durée moyenne des entretiens est de 2h.

L'entretien semi-directif est donc une conversation se déroulant entre deux parties. C'est un moment où il faut faire appel à l'écoute, l'empathie, le partage, la reconnaissance, l'expertise du chercheur. Pour conditionner la pertinence et la richesse des informations transmises par l'interlocuteur il est nécessaire d'instaurer un climat de confiance.

Les entretiens en face à face se sont déroulés pour la plupart sur le lieu de travail des interviewées pour éliminer celles qui n'exerçaient encore aucune activité au moment de l'enquête. Ces entretiens ont été enregistrés intégralement et retranscrits. Cette méthodologie vise à identifier et à comprendre les effets des facteurs personnels, familiaux et professionnels sur le processus entrepreneurial des femmes chefs d'entreprises en prenant en considération dans cette analyse le contexte culturel et social.

3. Analyse des résultats

Les entreprises créées sont issues de secteurs d'activité divers : le soutien aux entreprises, le commerce, la restauration, la santé, le service aux ménages et la construction.

➤ L'âge

L'âge est l'élément le plus fréquemment abordé dans la littérature. Des études américaines indiquent que l'âge moyen des entrepreneurs se situe entre 25 et 40 ans. Les femmes entrepreneurs en France sont plus âgées que leurs homologues. Comme l'a indiqué Lacasse (1990), la maturité d'entreprendre est atteinte vers l'âge de 35 à 45 ans, du fait que « la femme a eu assez de temps pour accumuler des habilités et des expériences nouvelles » tout en tenant compte du fait que cette variable varie en fonction du contexte socioculturel auquel appartient la femme. L'âge des femmes à la date de création de leur entreprise se situe entre 23 et 50 ans ce qui nous donne une moyenne d'âge de 32,7 ans. La moitié des personnes interrogées ont créé leurs entreprises avant 30 ans.

Comme mentionné dans la revue de la littérature, l'âge moyen du projet entrepreneurial est de 39 ans pour les femmes et 38 ans pour les hommes. Selon celle-ci, les femmes entrepreneurs ont tendance à rajeunir à l'instar des hommes qui se stabilisent

➤ La formation

La formation partie intégrante du profil sociodémographique des entrepreneures donne lieu à des personnes avec un niveau de Bac, d'autres personnes avec un Bac+3 ou également avec un Bac +5 et le reste dotées d'un Bac+6.

Nous remarquons donc que la majorité des créatrices d'entreprises ayant une formation universitaire ont au moins un diplôme Bac+3. Nombreuses parmi elles sont celles qui ont une formation allant au delà du Bac+4.

Ceci s'explique par le fait que la formation est essentielle pour ces femmes du fait qu'elle permet tout au long de leurs vies professionnelles de faire face aux difficultés qu'elles peuvent rencontrer. Selon Brush et Hirisch et (1988) « ce sont 68% des femmes entrepreneurs qui ont atteint le niveau secondaire ou plus. Mais cette formation se fait souvent dans le domaine des sciences humaines et non dans le domaine technique ». La majorité des études sur la formation des entrepreneurs montrent que la femme entrepreneur a un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population.

➤ La famille

La situation familiale des femmes interrogées se décline avec une majorité de femmes mariées ou en concubinage et une minorité de femmes célibataires. Sur ces femmes mariées seules deux n'ont pas d'enfant. Pour les autres, le nombre d'enfants oscille entre un et cinq. Ces femmes mariées avec enfant en ont en moyenne 2,33 soit entre deux et trois enfants.

Il peut être intéressant de mettre en relation cette partie sur la famille avec l'âge auquel elles ont créé leur entreprise. Cette mise en relation peut nous permettre de savoir si le nombre d'enfants ou le statut marital de ces femmes a eu un impact sur l'âge auquel elles ont débuté leur activité.

Ces données croisées ont une limite puisqu'elles ne sont pas dans le même axe temporel. Nous relevons tout de même, que les femmes qui ont créé leur entreprise le plus jeune n'ont pas d'enfant. Celles qui ont des enfants et un mari se trouvent au-dessus de la moyenne d'âge à 32,7.

➤ Facteurs motivationnels

Les facteurs motivationnels peuvent être nombreux et pourtant se sont souvent les mêmes qui sont ressortis de cette enquête.

Nous avons classé les facteurs les plus représentés lors de ces entretiens par ordre d'importance :

- le besoin et l'envie de se réaliser
- le besoin d'indépendance
- l'envie d'entreprendre et de challenge
- le confort financier

La majorité des personnes interrogées ont émis le besoin et l'envie de se réaliser, d'autres ont évoqué également le besoin d'indépendance, le reste personnes l'envie d'entreprendre et le confort financier.

La moitié des personnes interviewées ont reçu une éducation entrepreneuriale de par la profession de leurs parents. A l'unanimité, elles sont conscientes que l'éducation qu'elles ont reçue a eu un impact déterminant sur leur envie d'entreprendre.

A partir de ces données sur le profil sociodémographique, en moyenne les créatrices d'entreprise ont 32,7 ans et moins lorsqu'elles créent leur entreprise. Généralement, leur formation s'apparente au minimum à un bac+3. Ces femmes entrepreneures sont le plus souvent mariées et avec 2,33 enfants à charge. Quant aux facteurs motivationnels, sont largement décelés par ordre d'importance: le besoin et l'envie de se réaliser, le besoin d'indépendance, l'envie d'entreprendre ainsi que le confort financier.

Difficultés auxquelles les femmes sont confrontées

A la vue des réponses recueillies lors des entretiens, les femmes font face à trois types de contraintes : l'accès au financement, la conciliation entre la vie professionnelle et la vie personnelle et l'accès aux réseaux. Afin de bien émettre des recommandations sur l'entrepreneuriat féminin sujet de départ, il est indispensable d'en identifier les difficultés.

➤ L'accès au financement

Les personnes interviewées ont financé leur projet de multiples manières.

Seule une personne n'a pas eu besoin de financement puisqu'elle a débuté avec un financement personnel pour lancer son projet.

Pour certaines, elles ont emprunté de l'argent aux institutions financières grâce à leur réseau personnel.

Pour d'autres, elles ont également emprunté auprès d'une banque mais le processus s'est avéré fastidieux. Ces deux femmes sont unanimes sur le fait que leur statut de femme n'a pas joué en leur faveur.

On peut se demander si l'emprunt sans l'aide du réseau n'est pas difficile.

Les autres ont fait appel à des organismes publics et privés et à des proches pour financer le projet.

Un élément indéniable et certain que ces personnes se sont tournées vers d'autres financeurs que les banques.

« La différence de demande de financement, le montant de l'emprunt est très généralement inférieur à la moyenne des emprunts demandés par les hommes ».

Les femmes entrepreneurs ont ainsi des difficultés à obtenir un financement ou un crédit, surtout au tout début de leur activité. Des études sur l'entrepreneuriat féminin constatent que le taux de refus des crédits est plus élevé chez les femmes que les hommes (Lighstone, 1997).

➤ Conciliation vie professionnelle/vie personnelle

Une grande difficulté énoncée dans la partie théorique était la conciliation vie professionnelle/ vie personnelle. Les deux interviewés en statut de célibataire affirment ne pas avoir réussi à concilier les deux vies : personnelle et professionnelle.

En ce qui concerne les femmes mariées, elles sont toutes d'accords sur ce point l'entrepreneuriat les rend plus flexible et plus libre pour leur famille. En effet, le plus souvent elles s'adaptent aux horaires des enfants. Notons que deux d'entre elles, travaillent avec leur mari et n'ont plus d'enfants à charge. La conciliation de la vie de famille et donc plus simple pour ces deux créatrices.

Néanmoins, toutes ces femmes informent sur le fait de ne pas avoir assez de temps d'ordre personnel

« Les femmes ont davantage de contraintes que les hommes, c'est indéniable. Elles ont les enfants à penser, la maison, les tâches ménagères. Elles réfléchissent plus en fonction de leurs enfants et de leur famille que les hommes. Elles sont aussi beaucoup prudentes et réfléchies, cette caractéristique des femmes est un frein à l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat demande de la prise de risque. »

➤ Les réseaux

Les réseaux sont une autre contrainte liée aux créatrices d'entreprises. Tout de même une majorité des personnes interrogées, affirment ne pas appartenir à un réseau par manque de temps, d'information et d'intérêt. Ces femmes ne se rendent donc pas compte de l'importance du réseau dans le développement d'une entreprise.

Quant aux autres, certaines font partie d'un réseau d'indépendants incorporant homme et femme, et le reste sont dans un réseau d'entrepreneures au féminin. D'ailleurs, l'une d'entre elles a même créé son propre réseau : Women Business Mentoring visant à accompagner les femmes qui se sont lancées depuis au moins trois ans dans la création d'entreprise. Elle soutient : « Ces femmes sont sous représentées en minorité, vous ne pensez-pas qu'elles ont besoin d'aide ? En tant que Business Angel je le dis, il faut aider les autres à se construire, se développer pour enrichir le parc français des entreprises. Ce n'est pas tant la réussite financière qui m'importe mais surtout l'encouragement et l'enthousiasme que nous essayons d'insuffler à ces femmes. »

Nous remarquons alors chez ces personnes interviewées une relation flagrante entre l'appartenance à un réseau et le nombre d'années d'entrepreneuriat. Les personnes appartenant à un réseau sont celles qui ont le plus d'années d'expériences en entrepreneuriat.. Nous pouvons donc nous demander si l'appartenance à un réseau s'acquiert avec l'expérience.

Nous observons des contraintes spécifiques à la femme entrepreneure au niveau du financement, de vie professionnelle/personnelle et du réseautage. Au niveau du financement, les personnes interrogées sont très peu à avoir emprunté au sein d'une institution bancaire. En majorité, elles s'autofinancement où font appel à des organismes privés ou publics. Concernant la vie professionnelle et personnelle, elles semblent avoir trouvé leur équilibre pour concilier la famille et le travail mais on cependant tendance à s'oublier elle-même. L'appartenance au réseau est mitigée, la moitié des interviewées font partie d'un réseau et ce taux montre que l'expérience dans la création d'entreprise à un impact dans l'appartenance d'un réseau. Ces problématiques sont cependant spécifiques à la femme entrepreneure

Ces créatrices sont également moins sujettes à l'appartenance d'un réseau.

« Les femmes entrepreneures sont généralement plus épaulées par leurs proches que leurs homologues masculins, qu'elles ont le besoin d'être accompagnée et rassurées ».

« Les femmes ont davantage de contraintes que les hommes liées à la vie familiale et aux lacunes dans certains domaines comme la gestion. Les femmes investissent moins d'argent que les hommes dans leurs projets. Pour la plupart, elles n'utilisent pas les réseaux qui s'offrent à elles, sûrement par manque de temps et d'informations ».

Malgré les difficultés rencontrées par les femmes, l'entrepreneuriat féminin reste et toujours est plein de ressources et d'apports pour la société.

Quelles sont les qualités des dirigeantes qui peuvent permettre aux femmes de réussir dans la création d'entreprise ?

De multiples qualités féminines en rapport avec la direction d'une entreprise ressortent de ces entretiens semi-directifs. Les qualités qui ressortent le plus par ordre d'importance sont :

- Les relations humaines/ l'écoute, la moitié des interviewés ont cité cette qualité.
- L'esprit pratique/ la débrouillardise, six personnes sur douze ont également énoncé cette caractéristique féminine.
- La clairvoyance/ l'objectivité/ la lucidité, six interrogés ont nommé la créatrice comme telle.

« Les qualités des femmes dirigeantes sont indéniables : lucide, objectivement innée, organisée, méthodique, dotée d'un esprit pratique. Se revendique acteur du développement entrepreneurial, les femmes sont selon lui sous-représentées alors qu'elles ont toutes les qualités pour entreprendre ».

D'autres qualités reviennent aussi comme la rigueur, la remise en cause, l'intuition, la polyvalence, l'organisation et la modestie...

Ces créations d'entreprise ont des apports économiques et sociaux. Tous indéniablement, se revendiquent créateur de richesse et de valeur ajoutée. Nous remarquons qu'à elles seules, elles emploient 300 salariés. Ces femmes ont en elles cette volonté d'entreprendre qu'elles diffusent et inculquent autour d'elles. C'est aussi pour la société, des exemples de réussite ou de réussite à venir pour certaines. Ce sont ces femmes, leaders de l'entrepreneuriat féminin qui vont amener d'autres porteuses de projet à se lancer et à franchir le pas.

Chaque de ces entrepreneures, ont un caractère innovant dans leur entreprise que ce soit dans l'activité, dans l'industrialisation du produit, dans le management...

Une entreprise a particulièrement marqué mon attention par son côté innovateur et à la mode : le socialement responsable. Les cachotières est une start-up fraîchement lancée par une jeune femme de 28 ans qui a pour but la location de robes de soirées entre particuliers. Elle décrit son entreprise de la manière suivante : « Plutôt que d'acheter des robes pour chaque occasion, partageons et louons les robes que nous avons avec d'autres filles qui ont les mêmes goûts et la même taille que nous. Cela permet aux femmes qui ont des robes qui dorment dans leurs placards de les monétiser en les prêtant et c'est le moyen pour une femme d'emprunter une très jolie robe pour un coût très accessible. »

Cette partie sur les analyses des résultats nous a permis de mettre en lumière les profils des créatrices d'entreprises, leurs difficultés à entreprendre et les apports de leurs projets au point de vue personnel, économique et sociale.

Nous avons pu remarquer que les créatrices d'entreprise créent leur entreprise autour de 32 ans et ont une formation minimale de bac+3. Généralement, elles sont mariées ou en concubinage et parmi ces femmes mariées nombreuses ont des enfants. En moyenne, elles ont entre deux et trois enfants. Les facteurs motivationnels sont le plus souvent le besoin/l'envie de se réaliser, le besoin d'indépendance, l'envie d'entreprendre/ de créer de nouveaux projets et le confort financier.

Ces femmes font face à des difficultés qui leurs sont propres au niveau du financement du projet, la conciliation entre la vie personnelle et professionnelle et l'accès au réseau. Les femmes ont besoin d'être accompagnées, rassurées et conseillées tout au long du processus entrepreneurial.

Enfin, les apports indéniables économique et sociale. La sous-exploitation de la création d'entreprise par les femmes est pourtant un vivier évident de croissance économique.

L'entrepreneuriat s'avère être une réponse efficace face au chômage et au marché du travail en berne.

La création d'entreprise impacte sur le poids du parc des entreprises françaises, sur la création de richesse et de valeur ajoutée. L'ouverture d'entreprise est un moyen d'accélérer l'innovation en France.

CONCLUSION

Ce contexte théorique nous permet de relever les ambiguïtés existantes sur le sujet général de l'entrepreneuriat. Nombreux sont les chercheurs ayant exploités ce sujet, et pourtant peu d'entre eux semblent réellement en accord. La première divergence est à propos de la définition même de l'entrepreneuriat.

Ces femmes font face à des difficultés spécifiques au niveau de l'accès au financement, de la conciliation vie professionnelle – vie personnelle. D'après les études, l'image de la femme a beau avoir évolué, elle reste toujours plus impliquée dans la vie familiale (tâches ménagères, éducation). A l'unanimité, les auteurs font part de l'inadaptation des systèmes de garde des enfants. Chez les entrepreneures, le réseautage semble encore sous exploité par celles-ci sûrement dû à un manque d'information et de temps.

Enfin, les chercheurs sont unanimes que les apports économiques et sociaux de l'entrepreneuriat féminin impactant directement sur la croissance économique, la création d'emploi/d'entreprise, d'innovation, de mutations structurelles, économiques et sociales. Ces apports apparaissent même pour certains comme une réponse au chômage.

Du point de vue empirique, nous avons choisi la méthodologie qualitative qui se veut exploratoire et descriptive avec des entretiens.

Ces entretiens semi-directifs nous ont permis d'appréhender la réalité de l'entrepreneuriat féminin, d'en connaître les difficultés et les apports afin d'émettre des recommandations plausibles. Premièrement recommandation, communiquer d'une autre manière positive sur l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat est trop souvent associé à difficulté.

Il est vrai que la création d'entreprise est fastidieuse mais les apports personnels, économiques et sociaux sont probants. Parler donc davantage de ces apports tout en ne négligeant pas les difficultés du métier. Cette communication vise à rassurer et à encourager davantage les hommes et surtout les femmes de nature prudentes.

Nous avons remarqué que l'esprit d'entreprendre était très présent chez les femmes d'éducation entrepreneuriale. L'éducation se forge dès le plus jeune âge, or nous ne choisissons pas notre éducation. Pour donner la chance à tous d'accéder à l'éducation

entrepreneuriale, nous pensons à la mise en place de module dans les collèges, lycées et universités.

Ces modules d'entrepreneuriat visent à inculquer l'esprit et la volonté d'entreprendre chez les jeunes. Ils peuvent ainsi donner droit à des crédits ECTS et même pourquoi en faire une option de baccalauréat afin d'obtenir des points supplémentaires. Dans les universités et collèges mettre à disposition des associations dans le but de responsabiliser les étudiants et de diriger « une entreprise » sans prise de risque financière.

Pour rassurer et accompagner toujours plus les femmes porteuses de projet à se lancer, mettre en place un système de tutoring par la Chambre de Commerce de la Région. Ce tuteur a alors un rôle de conseil, d'accompagnement, de formateur. Un tutoring obligatoire obligeant les femmes à entretenir des points réguliers sur le lancement ou le développement de leur projet.

Le gouvernement a un rôle évident à jouer afin de réduire les taxes imposées pour les créatrices d'entreprise durant leurs trois premières années, la période de survie des entreprises.

BIBLIOGRAPHIE

BAINES (1998), « Working for each other: Gender, the household and micro-business survival and micro-business survival and growth », *International Small Business Journal*, vol. 17, no 1, 1998, p. 17 35.

BRUSH, C. G. & Hisrich, R. D. (1988), « Women entrepreneurs: strategic origins impact on growth », *Frontiers in entrepreneurship research*, Babson College, p.612-625.

BIRLEY (1987), Do women entrepreneurs require different training ? *American Journal of Small Business*, Summer, p.27 à 35.

CORNET A., CONSTANTINIDIS C.(2004), « Entreprendre au féminin- Une réalité multiple Business.

DUCHENEAUT B., OHRAN B. (2000), « Les femmes entrepreneurs en France», Paris, Seli Arslan.

DUCHENEAUT B. (1997), « Les femmes entrepreneurs à la tête de PME », Conférence de l'OCDE sur « les femmes entrepreneurs à tête de PME : une nouvelle force pour l'innovation et la création d'emploi », Groupe ESC Rennes.

DUNN (1995), « Capital Market Constraints, Parental Wealth and the Transition to Self-Employment among Men and Women », US Department of Labor Bureau of Statistics.

FAYOLLE A. (2007), « L'entrepreneur, ferment de l'économie et de la société », *Les Echos – L'art d'entreprendre*.

HISRICH (1987), « Women entrepreneurs : a longitudinal study», *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.

HISRICH, R. D. & PETERS, M. P. (1991), *Entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise*, Economica, p.61.

KIRKWOOD (2009), « Spousal roles on motivations for entrepreneurship », *A qualitative study in New-York*.

LACASSE (1990), « La petite entreprise au Canada: le cas particulière de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur manufacturier », Thèse de doctorat en science de gestion, Université de Nice Sophia-Antipolis.

LAVOIE et YUDKIN (1984), « A new era for female entrepreneurship in the 80s », *Journal of Small Business*, pp 34-43, Canada.

LIGHSTONE T., (1997) and Company Ltd., Small and Medium Sized Business in Canada: an ongoing Satisfaction with financial Institutions, Association des Banquiers Canadiens, 1996 et 1997.

LEVY B. (2002), « Mondialisation et économie du savoir : défis et occasions pour les femmes gestionnaires », Gestion, Volume 27.

MANKELOW (2002), « The role of network by Australian small business owners », Actes du 47e congrès de l'International Council for Small Business, San Juan, Porto Rico.

MEURS (2010), « Enfants, interruptions d'activité des femmes et écart de salaire entre les sexes », Revue de l'OFCE, p.114-133.

RAJEMISON S., « Les femmes entrepreneurs et dynamique entrepreneuriale : le cas de Madagascar », Les facteurs de performance de l'entreprise, ED. AUPELF-UREF, John Libbey Eurotex. Paris, 1995.

SCHUMPETER J.A (1935), «Théorie de l'évolution économique », Dalloz

ST-CYR L. (2001). Banque de données sur les entrepreneures québécoises. (Rapport présenté au ministère de l'Industrie et du Commerce). Québec.

ST-CYR L., HOUNTONDJI S., BEAUDOIN N. (2003), « Développement et relève de la PME » , Mémoire présenté au Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneures, HEC Montréal et Réseau des Femmes d'affaires du Québec.

TIMMONS (1994), «New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21th century », Irwin – McGraw Hill.

VERSTRAETE T. (2003), Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : PhE

VERSTRAETE T. et FAYOLLE A. (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'Entrepreneuriat, Volume 4, n°1.

WERBEL (2010), «Work Family Conflict in New Business Ventures: The Moderating Effects of Spousal Commitment to the New Business Venture », Journal of Small Business Management, Vol. 48(3), p. 421- 440.

WATKINS (1983), « The female entrepreneur : her background and deteminants of business choice some british data », Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College.

ZOUITEN J. (2004), "l'entrepreneuriat féminin en Tunisie", Xème colloque international du CEDIMES, Alexandrie, Mars.