



L'OBSERVATOIRE FIDUCIAL

de l'entrepreneuriat féminin

Janvier 2006



FIDUCIAL

L'OBSERVATOIRE FIDUCIAL

de l'entrepreneuriat féminin 2006

L'OBSERVATOIRE FIDUCIAL

de l'entrepreneuriat féminin 2006

Avant-Propos

Depuis 1998, Fiducial s'est engagée, de façon constante et déterminée, dans un ensemble d'actions en vue de contribuer à la création et au développement d'entreprises par les femmes.

J'ai en effet constaté, en confrontant l'expérience des activités de Fiducial en France et aux Etats-Unis que la " ressource " économique et sociale que constitue l'entrepreneuriat féminin était, dans notre pays, insuffisamment valorisée et développée.

L'engagement de Fiducial dans cette cause doit être explicite. Fiducial est une firme pluridisciplinaire exerçant depuis plus de 35 ans ses activités de prestations et de conseils dans les domaines de la comptabilité, du droit des affaires, de la fiscalité, du droit social, de la gestion et de l'informatique auprès d'une clientèle de plus de 150.000 très petites entreprises (moins de 20 salariés).

Elle a ainsi pu percevoir l'importance de la place de l'entrepreneuriat féminin dans cette population et les problèmes qu'elle rencontre : en effet, soit comme chef d'entreprise, soit comme " co-entrepreneur ", ce sont près de 50% de femmes qui sont ses interlocutrices au quotidien.

Fiducial est aussi présente aux Etats-Unis avec un réseau de plusieurs centaines de bureaux répartis sur l'ensemble du pays. Cette présence lui a ainsi permis d'observer le niveau élevé de l'entrepreneuriat féminin dans ce pays, ainsi que les conditions de son développement.

C'est dans ce contexte que Fiducial a développé en France de multiples actions :

- organisation et réalisation de nombreuses conférences dans divers salons et manifestations consacrés à l'entrepreneuriat féminin à Paris et en Province,

- aides aux réseaux de l'entrepreneuriat féminin par des interventions lors de conférences et débats, fourniture de documentations, accueil sur des espaces lors des salons afin de leur permettre de se faire connaître et de nouer des relations...
- réalisation et publication :
 - en 2001/2002, du " Livre blanc Fiducial de l'entrepreneuriat féminin - 24 propositions pour un modèle français " (diffusion 4.000 exemplaires),
 - en 2004, de la première édition de l' " Observatoire Fiducial de l'entrepreneuriat féminin ", destiné à actualiser les informations sur ses thématiques et à assurer un suivi des propositions du " Livre blanc " (diffusion 5.000 exemplaires),
 - en 2005, de la deuxième édition actualisée de l' " Observatoire " (diffusion 5.000 exemplaires),
- large diffusion dans les sphères gouvernementales, politiques et professionnelles de ces divers supports afin de renforcer la connaissance des décideurs de notre pays.

Mon constat, après ces années d'efforts, est que l'environnement n'a pas répondu aux messages qui lui étaient envoyés. Devant ce qu'il faut bien appeler une forme d' " autisme " généralisé de la part de cet environnement, j'ai décidé de mettre un point final à cet effort que j'avais jugé légitime et pertinent.

Au cours de ces huit dernières années, en effet, les pouvoirs publics, le monde bancaire, les institutions de recherche et de formation, les médias... ont été largement sensibilisés à cette cause. Aucun encouragement n'est venu, aucun signe ne s'est manifesté qui fut de nature à m'amener à poursuivre l'effort entrepris.

Ma récompense essentielle aura été de constater la participation de plusieurs milliers de femmes, porteuses de projets, créatrices, chefs d'entreprise, qu'il nous a été donné de rencontrer tout au long de ces huit années à l'occasion des diverses manifestations que nous avons organisées. Qu'elles soient aujourd'hui remerciées ici, car elles méritent mieux que l'indifférence - voire les discriminations - auxquelles elles se heurtent au quotidien.

C'est la mort dans l'âme que je renonce à soutenir une cause - dois-je la considérer comme perdue ? - que j'avais jugée et que je juge encore comme essentielle pour l'évolution économique et sociale de mon pays.

Christian Latouche
Président de FIDUCIAL

Sommaire

Introduction	p. 6
1 - Le monde de l'entrepreneuriat féminin	p. 9
2 - Amérique du Nord : un modèle qui a réussi	p.19
3 - Royaume-Uni : un modèle qui veut réussir	p.25
4 - France : le suivi des propositions	p.31
 Annexes	
Tableaux Statistiques	p.46
Sources Documentaires	p.53
Réseaux de l'Entrepreneuriat Féminin	p.62

L'initiative prise par Fiducial avec la publication de documents de référence sur l'entrepreneuriat féminin avait un objectif essentiel : mieux faire connaître et reconnaître le rôle des femmes dans la création et le développement des entreprises dans notre pays.

Le Livre blanc

Publié en janvier 2002 (accessible sur Internet à l'adresse www.fiducial.fr), avait fait l'objet d'une phase de consultation préalable en 2001, et devait être une sorte de manifeste en faveur de l'entrepreneuriat féminin.

Les 24 propositions formulées étaient destinées à susciter la réflexion, mais aussi à provoquer une certaine forme d'action en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin. Elles avaient vocation à proposer des actions qui pourraient s'insérer au-delà du court terme dans une vision à moyen et à long terme.

Élaborées à la suite d'une étude approfondie de la situation française et d'un inventaire des pratiques et des réalisations de plusieurs pays étrangers (Allemagne, Royaume-Uni, Etat-Unis), elles prenaient aussi en considération les travaux d'organismes à vocation internationale comme le GEM (Global entrepreneurship monitor) et l'OCDE avec ses recommandations de 1997 et de 2000.

Dès la publication du Livre blanc avait été prévue une démarche d' " évaluation " en vue de recenser les réponses faites aux propositions formulées. Cette démarche prit alors la forme d'un " Observatoire de l'entrepreneuriat féminin ", destiné à suivre les évolutions constatées, tant en France que dans un certain nombre de pays industrialisés.

L'Observatoire 2004

En janvier 2004 est publiée la première édition de l'Observatoire (accessible sur Internet à l'adresse www.fiducial.fr), reprenant les 24 propositions en les précisant et en les synthétisant autour de douze thèmes principaux.

L'Observatoire fut structuré en trois parties principales :

- La première, consacrée à une définition précise du contenu du " monde de l'entrepreneuriat féminin " et mettant en particulier l'accent sur son importance économique et sociale, son environnement et ses caractéristiques.
- La deuxième, fondée sur un constat : en matière d'entrepreneuriat féminin, l'observation des pratiques en France et dans d'autres pays développés, comme celle des recommandations de diverses instances européennes et internationales, fait apparaître qu'il existe une sorte de " modèle " de référence : celui des Etats-Unis. Elle présente donc une description de l'évolution dans ce pays au cours des 50 dernières années dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin et montre les résultats des politiques mises en oeuvre, constatés sur la dernière décennie.
- La troisième, reprend autour de 12 thèmes les principales propositions faites dans le Livre blanc et les confronte avec les constats faits dans la période 2002/2004. Ce rapprochement aurait dû permettre de mesurer les écarts et d'articuler certaines orientations possibles pour de nouvelles actions. Malheureusement pour l'entrepreneuriat féminin, bien peu de choses ont évolué de façon significative dans notre pays au cours de cette période, ce qui a souvent conduit à réitérer des propositions déjà formulées précédemment.

Un ensemble d'annexes statistiques et de sources documentaires vient compléter le texte proprement dit, le lecteur pouvant ainsi s'y reporter s'il souhaite approfondir des thèmes ayant retenu son attention.

Enfin, en vue d'assurer la promotion des réseaux de l'entrepreneuriat féminin, des fiches signalétiques de ces réseaux sont présentées pour améliorer leur accès au plus grand nombre.

L'Observatoire 2005

En janvier 2005, une seconde édition (accessible sur Internet à l'adresse www.fiducial.fr) est publiée selon le même schéma que la première, mais comporte une série d'actualisations et de compléments).

Elle intègre en particulier les enseignements tirés de la Conférence des Ministres des PME des pays membres de l'OCDE de juin 2004, ainsi que du Forum sur l'entrepreneuriat féminin tenu à l'occasion de cette conférence. Globalement, l'observation de l'année 2004 semblait faire apparaître quelques signes prometteurs pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin, tant en France qu'au niveau européen et international.

L'Observatoire 2006

Conformément à la décision prise par Fiducial et explicitée dans l'avant-propos de son Président, cette présente édition de l'Observatoire, publiée en janvier 2006, sera la dernière de la série.

Les travaux conduits pour l'actualisation 2006 de l'Observatoire ont révélé de curieux constats :

- Pour la France, aucune des dispositions que nous avons pu identifier dans l'Observatoire 2005 n'a donné lieu à des réalisations concrètes. On en est resté à de purs effets d'annonce et rien ne laisse pressentir que 2006 pourrait connaître de signes positifs.
- Au niveau européen, le portail de l'entrepreneuriat féminin ouvert le 7 janvier 2005 reste bloqué à cette date et n'a pas été actualisé...
- Aux Etats-Unis et au Canada, d'assez nombreux indices montrent un recul net des moyens mis en oeuvre en faveur de l'entrepreneuriat féminin.
- Au niveau de l'OCDE, la thématique de l'entrepreneuriat féminin ne semble plus être évoquée que dans le cadre du projet MENA (Moyen-Orient-Afrique du Nord).

Seule l'observation de la politique anglaise conduite au cours de ces cinq dernières années nous a semblé porteuse d'éléments positifs pour le futur et nous avons donc intégré un nouveau chapitre consacré au modèle britannique.

Pour clore cette introduction, je voudrais remercier Fiducial et son Président pour le support sans faille qu'ils ont apporté à la cause des femmes entrepreneurs au cours de ces huit dernières années. Sans eux, jamais il n'aurait été possible de réaliser ces diverses publications qui, je l'espère, auront contribué à une meilleure connaissance de l'entrepreneuriat féminin et donc à sa reconnaissance.

Raymond Béthoux

Ancien professeur des Universités associé
Rédacteur du Livre blanc et des Observatoires
Fiducial de l'entrepreneuriat féminin 2004, 2005, 2006.

1. Le monde de l'entrepreneuriat féminin

1.1 L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin

La justification de l'intérêt porté à l'entrepreneuriat féminin réside dans l'importance économique et sociale que représentent la création et le développement d'entreprises par les femmes.

Au cours des dix dernières années, de nombreux travaux ont été réalisés dans plusieurs pays (principalement du monde anglo-saxon) pour attirer l'attention sur ce rôle important et pour inciter les gouvernants et les acteurs de la vie économique à en tenir compte dans leurs orientations et décisions stratégiques. Le propos de l'Observatoire n'est pas de présenter en détail ces divers travaux.

Il faut cependant citer les démarches d'organismes internationaux comme les Nations Unies, la Banque Mondiale, l'OCDE, la Commission européenne, qui directement ou indirectement se sont impliqués dans la promotion et le soutien de l'entrepreneuriat féminin (*références de ces divers organismes et adresses de leurs sites Internet en annexes pages 59-60*).

De façon plus précise, les études annuelles réalisées depuis 1999 par le GEM (Global Entrepreneurship Monitor), établissent que la plupart des pays affichent une forte corrélation entre le niveau de l'activité entrepreneuriale et la croissance. Concernant plus spécifiquement les femmes, ces études mettent en évidence que leur implication dans l'entrepreneuriat est un élément très positif. Il explique dans une proportion importante l'écart de croissance entre les divers pays. Le GEM souligne ainsi que les pays n'encourageant pas les femmes à s'engager dans la création et le développement de nouvelles entreprises risquent de ne pas réaliser la totalité de leur potentiel entrepreneurial, et par voie de conséquence, la totalité de leur potentiel de croissance.

Les résultats des études du GEM sont parfois contestés en France, et l'on se gardera d'établir toute relation entre ce jugement et le constat du GEM, faisant apparaître la France parmi les pays dans lesquels l'influence de l'entrepreneuriat féminin est la plus faible (*les travaux du GEM sont accessibles sur Internet, adresses en annexes page 61*).

1.2 L'entrepreneuriat féminin dans le monde des très petites entreprises

En France, sur la base des dernières données publiées et concernant 2004, près de 93 % en nombre des entreprises ICS (Industrie, Commerce et Services) existantes comportent moins de 10 salariés. 99 % de celles qui se sont créées en 2004 l'ont fait avec moins de 10 salariés (dont 83 % sans salarié). Cette situation est assez comparable à celle de la plupart des pays industrialisés.

Tant au niveau de la création (83 %) que des entreprises ICS existantes (56,7 %), celles qui n'ont pas de salarié restent encore les plus nombreuses (*tableaux en annexes pages 47 et 48*).

En valeur absolue, le " stock " des entreprises ICS comprend près de 2,4 millions d'unités de moins de 10 salariés. Celles qui n'ont pas de salarié sont au nombre de près de 1,5 million.

On retiendra aussi que la majorité en nombre des entreprises ICS au 1/1/2004 sont des personnes physiques (54,3 %). Parmi les personnes morales (45,7%), les SARL (35,7%) et sociétés anonymes (6,3) constituent l'essentiel (*source : Annuaire statistique de la France 2005 Insee, p. 350*).

La leçon à tirer de cette situation est que les femmes, comme les hommes, ont une très forte probabilité de créer et de développer une entreprise individuelle de petite taille, avec les caractéristiques qui sont les leurs. Ceci n'a aucune connotation négative, il ne s'agit que d'un constat réaliste. De plus, ces entreprises ont une importance économique et sociale très grande que l'on ne saurait sous-estimer.

Dans tous les débats, les propositions, les réformes, dans tous les dispositifs que l'on peut étudier, il est indispensable d'apprendre aussi à " penser petit ".

Concernant la position spécifique des femmes entrepreneurs, elles doivent assumer, dans la plupart des cas, le fait d'être une femme et le fait de diriger une très petite entreprise.

1.3 Le concept d'entreprise

Devant les déviations apportées dans certains débats sur la notion d'entreprise, il semble nécessaire de préciser la conception retenue dans l'Observatoire, face aux divers aspects d'analyse possibles : économique, juridique, sociologique, statistique, etc.

Le choix effectué consiste à combiner l'économique et le juridique, ce qui permettra ensuite de se positionner dans un système statistique existant. Au plan économique, on se situe dans le domaine de la production des biens et services, sans ignorer que la consommation est elle aussi une certaine forme d'activité économique.

La production peut être le fait de divers types d'agents que l'on peut distinguer par leur nature juridique : les agents productifs du secteur public et ceux du secteur privé. C'est dans ce dernier secteur que seront circonscrits les constats de l'Observatoire.

Dès lors que l'on s'intéresse au secteur privé, on doit distinguer suivant que les structures ont ou non un but lucratif : ne seront considérées par l'Observatoire que les structures à but lucratif se situant dans le monde des entreprises privées. Dans le contexte statistique français, les entreprises privées s'articulent en trois grands champs distincts : agricole, financier, et " Industrie-Commerce-Services " (ICS). C'est ce dernier champ qui sera retenu dans le cadre de l'Observatoire.

La connaissance du secteur ICS peut être abordée sous des angles divers ; les travaux de l'Observatoire sont centrés sur trois critères distincts :

A - Le statut juridique principal des entreprises ICS, qui peut être décomposé en deux composantes principales :

- les personnes physiques (ou entreprises individuelles),
- les personnes morales (ou sociétés).

Cette décomposition est évidemment réductrice, car elle ne rend pas compte de caractéristiques juridiques complémentaires : commerçants, artisans, professions libérales par exemple. Ces caractéristiques ne seront évoquées que de façon incidente.

B - La taille des entreprises ICS, pour laquelle ont été retenues les composantes suivantes :

- les entreprises sans salarié,
- les entreprises employeurs qui peuvent elles-mêmes se situer dans les tranches suivantes :
 - 1 à 2 salariés,
 - 3 à 5 salariés,
 - 6 à 9 salariés,
 - 10 à 19 salariés,
 - 20 salariés et plus.

En synthèse, l'Observatoire ne prend en considération que deux catégories principales d'entreprises ICS : les entreprises sans salarié et les entreprises employeurs de 1 à 19 salariés, ensemble que l'on désigne en général dans notre pays comme les " très petites entreprises " (TPE). Il s'efforce de distinguer dans cet ensemble, deux situations distinctes : les entreprises existantes (le stock) et la création d'entreprises (le flux positif).

Dans l'ensemble observé, il est rappelé que la majorité des entreprises ICS sont des personnes physiques et que leur proportion est encore plus significative dans le monde des TPE.

L'Observatoire a écarté délibérément la notion d' " activité " - souvent utilisée - et qui n'apporte que confusion car il est difficile de définir clairement ce que serait une activité " économique " qui ne serait pas le fait d'une entreprise.

1.4 Le concept d'entrepreneuriat féminin

Dans l'ensemble des entreprises ICS, tel qu'il vient d'être défini, les femmes jouent un rôle important qui, dans notre pays, n'est pas clairement connu et, par voie de conséquence, est peu reconnu. L'absence presque totale de statistiques incluant le " genre " dans le monde de l'entreprise - alors qu'elles sont nombreuses et très détaillées dans le monde du salariat - est l'une des caractéristiques du " modèle français ". D'une manière plus générale, de nombreux pays sont aussi dans cette situation, avec des écarts significatifs entre eux.

Ce thème sera abordé plus en détail dans la quatrième partie de l'Observatoire, mais d'ores et déjà deux principales situations concrètes peuvent être rencontrées dans le monde réel :

A - L'entreprise possédée et dirigée par une femme qui a créé ou repris cette entreprise, qui détient la majorité de son capital et qui en assume la direction. On peut étendre cette définition à la situation dans laquelle plusieurs femmes possèdent la majorité du capital et partagent entre elles la responsabilité de la direction de l'entreprise.

Dans tous les cas, on devra gérer le vide sémantique dans lequel on se trouve. On devrait pouvoir distinguer clairement l'entreprise (possédée et dirigée par une femme) et la personne (la femme qui possède et dirige une entreprise) que l'on peut désigner comme " femme entrepreneur ". Une terminologie alternative a été proposée et le débat demeure pour désigner la personne entre " entrepreneuse ", peu usitée, qui figure dans les dictionnaires français, et " entrepreneure " qui est une dénomination plus utilisée au Canada.

Dans le cadre de l'Observatoire, la pratique la plus généralement admise sera de désigner, sous un même vocable, l'entreprise et la personne, ce qui peut se justifier pour une entreprise individuelle, mais qui est moins évident pour une personne morale.

B - Le " co-entrepreneuriat ", qui recouvre trois situations :

- Le co-entrepreneuriat majoritaire dans lequel la femme détient la majorité du capital et partage la direction avec un partenaire masculin.
- Le co-entrepreneuriat égalitaire dans lequel une femme (ou plusieurs femmes), d'une part, et un homme (ou plusieurs hommes), d'autre part, se partagent à égalité le capital de l'entreprise et partagent des responsabilités de direction ou de gestion.
- Le co-entrepreneuriat minoritaire dans lequel la femme détient une part minoritaire ou nulle dans le capital, mais partage des responsabilités de direction ou de gestion avec un partenaire masculin.

En France, ces distinctions ne sont pas prises aujourd'hui en compte dans les rares études quantitatives existantes, mais plus souvent évoquées dans les études qualitatives elles aussi très rares.

L'analyse qui vient d'être faite ne se confond pas avec le concept de " conjoint-collaborateur " qui a une connotation essentiellement sociale et fiscale, mais qui ne prend pas en compte les aspects patrimoniaux et de partage de la direction. Cette situation a fait l'objet d'une loi récente en 2005 dont les textes d'applications devraient être publiés dans le cours du premier trimestre 2006.

En France, les seules données concernant l'entrepreneuriat féminin sont relatives aux femmes entrepreneurs exerçant leurs activités en qualité de personnes physiques. Au 1/1/2004, elles étaient au nombre d' environ 413.000 soit 31 % des entreprises individuelles (*tableau 5 en annexes page 51*). Ce chiffre ne peut être extrapolé à l'ensemble de la population des entreprises ICS car la présence des femmes est plus faible que celle des hommes dans la création et le développement de sociétés.

1.5 Les secteurs d'activité de l'entrepreneuriat féminin

L'un des constats le plus fréquent sur l'entrepreneuriat féminin est qu'il ne s'exercerait que dans des activités autres que celles dites "nobles" comme l'industrie ou encore les nouvelles technologies.

Les femmes entrepreneurs du commerce et des services n'ont pas à faire de complexes. La répartition de l'ensemble des entreprises ICS (tableau 1 en annexes page 47), montre que 45 % du nombre total des TPE appartiennent au secteur des services. Dans ce secteur, une place à part doit être faite aux services à la personne (services aux particuliers + éducation, santé, action sociale). Cet ensemble représente près de 715.000 TPE, soit 30 % de leur nombre total. La place des femmes dans la création des entreprises de services aux particuliers est très significative, dépassant largement 60 % du total de la création dans ce secteur.

Un tel constat prend parfois une connotation péjorative, mais si l'on examine avec un peu d'attention la pyramide des âges dans la plupart des pays industrialisés, on ne peut que prévoir un brillant avenir aux services à la personne entendus au sens large. L'année 2005 a été marquée par la reconnaissance soudaine de ce domaine, ce qui est parfaitement louable, mais qui témoigne cependant d'une redoutable "myopie" des précédents décideurs. On peut cependant regretter que l'on n'ait mis l'accent à cette occasion sur le rôle fondamental que pourrait y jouer l'entrepreneuriat féminin.

Il en va de même pour l'incidence, de plus en plus fréquente, de l'activité professionnelle de l'homme et de la femme dans le couple, sur l'organisation familiale et la demande de services de proximité qu'elle induit.

Le secteur du commerce vient ensuite avec une place encore significative, puisqu'il représente un nombre de TPE de l'ordre de 594.000 entreprises, soit 25 % de leur nombre total. Le co-entrepreneuriat prend une place significative dans ce secteur qui reste encore une zone importante en termes de marchés.

Le côté souvent négatif des analyses sur les secteurs dits "féminins", parfois assortis d'une connotation presque discriminatoire, ne conduit qu'à dissuader les volontés de création. Il y a en effet une tendance à ne mettre l'accent positif et les "projecteurs" que sur les "start-up high tech" et la "nouvelle économie" dont on sait, sans en nier les mérites, qu'elles ne constituent encore qu'une part limitée de l'entrepreneuriat, aussi bien en France que dans les autres pays industrialisés.

1.6 Les obstacles rencontrés par la femme entrepreneur

Sans vouloir tirer une première conclusion à la fin de cette première partie, il est pourtant déjà possible d'identifier quelques-uns des obstacles potentiels que risque de rencontrer la femme entrepreneur.

Il faut d'abord reprendre l'un des éléments dégagés au point 1.1 ci-dessus : la femme entrepreneur, dans la majorité des cas, risque de combiner deux sources principales d'obstacles :

- des obstacles qui sont dus au fait qu'elle dirige une TPE,
- des obstacles qui sont dus au fait qu'elle est une femme.

Les récents textes publiés en France au cours de ces dernières années, sous l'étiquette de l'initiative économique, de la simplification administrative et de la création d'emplois, contiennent des dispositions destinées à améliorer la situation des TPE en général. Les plus récentes d'entre elles mettent soudain en évidence le rôle potentiel de la création d'emplois par les TPE.

Certaines d'entre elles sont susceptibles d'améliorer la situation des femmes entrepreneurs en tant que dirigeantes de TPE, par contre dans tout ce train de mesures, aucune ne peut prétendre concerner spécifiquement l'entrepreneuriat féminin sur lequel aucune étude publiquement disponible n'a été réalisée avant de promulguer ces dispositions.

Il faut ensuite souligner que le faible niveau de connaissance de l'importance de l'entrepreneuriat féminin dans notre pays génère un manque de reconnaissance qui est préjudiciable à la femme entrepreneur dans de nombreux domaines : financement, relations avec les administrations, accès aux marchés.

La prise en considération éventuelle des obstacles rencontrés par les TPE et à plus forte raison par les femmes entrepreneurs est souvent présentée dans notre pays sous l'expression " discrimination positive ". Cette mauvaise - et peut-être mal intentionnelle - traduction de l'expression américaine " affirmative action " fait aujourd'hui encore l'objet de bien des débats dans un domaine qui n'est pas celui de l'Observatoire.

L' " affirmative action " aurait sans doute eu une bien meilleure traduction par l'expression " action positive " qui est d'ailleurs utilisée dans d'autres pays. Aux Etats-Unis, c'est une mesure contre les discriminations dont peut être victime telle ou telle catégorie de personnes ou d'organisations ; en général, elle est prise après une étude objective faite sur la réalité de la discrimination alléguée. En France, nous en sommes encore bien loin dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin...

1.7 Une politique de l'entrepreneuriat féminin est-elle possible ?

En sortant de l'Hexagone, on peut identifier, sur la base de travaux de recherche et des mesures prises dans un certain nombre de pays, une typologie de ces pays en relation avec le développement de l'entrepreneuriat féminin. C'est ainsi qu'un travail a été conduit par Lois Stevenson dans le cadre de l'ICSB (*adresse du site en annexes page 61*), faisant apparaître les facteurs qui entravent le développement de l'entrepreneuriat féminin dans les pays observés. Elle constate qu'il existe des différences importantes dans ces divers pays. C'est ainsi qu'elle distingue :

- **Les pays qui apportent un support de niveau élevé à l'entrepreneuriat féminin**

Leurs politiques combinent divers éléments : implication des dirigeants au niveau le plus élevé de l'Etat, élaboration et diffusion régulière de statistiques distinguant les entreprises par le genre des entrepreneurs, efforts intensifs de recherche quantitative et qualitative sur l'entrepreneuriat féminin, grand nombre de réseaux de femmes entrepreneurs, réseaux nationaux de formation et de conseil spécialisés en direction des femmes, mise à disposition de financements spécialisés, mesures allouant des parts spécifiques des marchés publics aux femmes entrepreneurs...

- **Les pays qui apportent un support de niveau moyen à l'entrepreneuriat féminin**

On y trouve un certain nombre de données statistiques et quelques recherches sur les femmes entrepreneurs et leurs expériences, un nombre limité de mesures spécifiques dans le domaine du financement, de la formation (se situant le plus souvent dans un contexte plus général de développement du marché de l'emploi), du mentoring et du conseil... Dans quelques cas, on trouvera des agences spécialisées pour le développement de l'entrepreneuriat féminin...

- **Les pays qui apportent un faible niveau de support à l'entrepreneuriat**

On y trouve quelques données statistiques, un nombre limité de recherches. On y constate une faible conscience des besoins spécifiques de l'entrepreneuriat féminin, les financements spécialisés y sont rares. Quelques actions dans les domaines du mentoring, du développement de l'utilisation des NTIC par les femmes entrepreneurs sont mises en place et il n'existe que peu d'agences spécialisées...

- **Les pays qui n'apportent " virtuellement " pas de support à l'entrepreneuriat féminin**

Ils sont caractérisés par de très rares données statistiques et de rares travaux de recherche, quelques exemples de promotion de " modèles ", pas de politique gouvernementale spécifique, l'existence de valeurs " patriarcales ", l'inégalité entre hommes et femmes...

La position de l'Union européenne a semblé marquer un tournant en 2005, dont il est encore difficile de mesurer la portée. Jusqu'à une période très récente, c'est dans les programmes européens purement " sociaux " et dans un contexte de lutte contre les inégalités que l'on pouvait trouver l'essentiel des dispositifs concernant plus ou moins directement l'entrepreneuriat féminin ; ces programmes dépendaient de la DG " Emploi et Affaires Sociales " (Equal, FSE...). C'est désormais la DG " Entreprises et Industrie " qui est en charge d'un sous-ensemble intitulé " actions spécifiques en faveur de groupes d'entrepreneurs : les femmes entrepreneurs ".

Cette évolution va dans un sens tout à fait positif car ce sont des interlocuteurs de type économique qui vont développer ces actions. Par contre, au niveau des gouvernements des pays membres, cela devrait naturellement entraîner des modifications pour les pays ayant considéré jusqu'à présent que l'entrepreneuriat féminin pouvait être développé par des mesures " sociales " ou " paritaires ".

À titre d'illustration, le réseau européen de promotion de l'entrepreneuriat féminin WES fait apparaître dans son rapport d'activité 2004, que la grande majorité de ses représentants (27 pays) provient de ministères " économiques " (*références en annexes p 59*).

2. Amérique du Nord : un modèle qui a réussi

L'observation attentive de la situation de l'entrepreneuriat féminin dans les pays développés et de son évolution fait apparaître la position de précurseur prise par les Etats-Unis dans ce domaine, le Canada pour sa part ayant le premier tiré les leçons de l'expérience de son grand voisin.

Leur démarche a servi de support à de nombreuses recommandations faites par des Instances internationales comme les Nations Unies, l'OCDE, la Banque Mondiale... Leurs pratiques ont été adoptées, tout en les adaptant, par divers pays. La présentation de ce modèle était incontournable dans le cadre de l'Observatoire, notamment en prenant en considération les résultats quantitatifs et qualitatifs qui ont été obtenus. Le propos n'est pas ici de considérer que c'est le seul modèle possible, mais plutôt d'inciter à la réflexion sur ce qui peut être transposable en Europe continentale et en particulier en France.

2.1 Les Etats-Unis

A - Les actions développées aux Etats-Unis (1974-1989) :

En préambule, il faut rappeler que dès 1953 avait été créée la " Small Business Administration " (SBA), dont l'objectif était de favoriser l'égalité de chances entre les petites entreprises et les grandes, et entre les anciens et nouveaux arrivants dans le pays. Cet organisme a fêté récemment son cinquantième anniversaire (*coordonnées de son site Internet en annexes page 58*).

En matière d'entrepreneuriat féminin, la situation des Etats-Unis au début des années 70 était assez voisine de celle de la France. Il faut d'ailleurs rappeler que c'est une française, Yvonne-Edmond Foignant, qui a créé le premier réseau de femmes entrepreneurs en 1946 : l'Association des Femmes Chefs d'Entreprises Françaises. Cette association deviendra européenne en 1950, puis mondiale en 1965 sous le sigle FCEM (Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales).

Les prémices de l'évolution aux Etats-Unis, vers la fin des années 60 jusqu'au milieu des années 70, résident dans le développement des mouvements féministes, bien que leur principal domaine d'action ne fût pas celui de l'entrepreneuriat. Cette loi vint interdire la discrimination sur la base du " genre " dans l'attribution des crédits par les banques.

a - La première action concrète du gouvernement américain fut la promulgation en 1974 d'une loi : " The Equal Credit Opportunity Act ". Cette loi vint interdire la discrimination sur la base du " genre " dans l'attribution des crédits par les banques.

b - La seconde réalisation importante, sur l'initiative privée de quelques femmes entrepreneurs, fut la création en 1975 d'une association qui devint très importante : la " National Association of Women Business Owners " (NAWBO). Elle fait aujourd'hui partie du réseau mondial FCEM.

c - La troisième initiative fut d'origine gouvernementale. Il devint en effet obligatoire pour les programmes gouvernementaux de recensement statistique des entreprises de prendre en compte le genre de l'entrepreneur. Cette mesure fut appliquée pour la première fois à l'occasion du recensement de 1977.

d - Le premier programme en vue de promouvoir l'égalité des chances entre hommes et femmes dans l'entrepreneuriat résulta d'une action de lobbying des femmes entrepreneurs. Elles obtinrent la création d'un groupe de travail interministériel (Interagency Task Force on Women Business Owners) en vue de faire une recherche approfondie sur le statut des femmes entrepreneurs aux Etats-Unis. Le rapport qui en résulta, " The Bottom Line : Unequal Entreprise in America ", fit apparaître les barrières que les femmes rencontraient en créant et en développant leurs entreprises.

e - Sur cette base, le Président Carter émit en 1979 un " executive order " destiné à formuler une politique nationale et un programme national pour l'entrepreneuriat féminin. Cette décision fut véritablement " fondatrice " pour l'entrepreneuriat féminin. Elle tient dans un texte court (4 pages) qui formule une politique et définit des actions. Elle reconnaît le rôle important que jouent les petites entreprises et les femmes entrepreneurs dans la croissance et la création d'emploi dans le pays, ainsi que les obstacles que rencontrent spécifiquement les femmes entrepreneurs et la nécessité de les stimuler et de les aider.

En conséquence, le Président des Etats-Unis s'engage dans la définition d'une politique nationale pour l'entrepreneuriat féminin, et demande aux départements ministériels et agences concernés de prendre les actions appropriées pour s'assurer de la pleine participation des femmes au système de la libre entreprise. Il souligne que des actions positives (affirmative actions) doivent être prises pour atteindre cet objectif. Dans ce cadre il est créé, au sein de la SBA, une section spéciale dénommée " Office of Women's Business Ownership " (OWBO). Pour s'assurer de la bonne exécution de cette politique, il crée un comité interministériel (Interagency Committee on Women's Business Enterprise).

f - Pendant une période de près de dix ans, les dispositions prévues furent mises en application, mais les femmes entrepreneurs se manifestèrent de nouveau afin que d'autres actions soient entreprises. Le Congrès américain approuva en 1988 une nouvelle disposition législative : le " Women's Business Ownership Act ", connu sous la dénomination " House resolution 5050 ".

Ce texte apporta des modifications au " Small Business Act " en instaurant de nouvelles dispositions pour un meilleur accès au capital pour les femmes entrepreneurs. Il étendit les pouvoirs opérationnels de l'OWBO qui développa sur l'ensemble du pays un réseau de centres locaux pour l'entrepreneuriat féminin (Association of Women Business Centers) dont le nombre s'établit à plus de 200.

Il instaura également un organisme consultatif paritaire public-privé, le " National Women's Business Council " pour réexaminer la situation de l'entrepreneuriat féminin dans le pays, et proposer des plans pluriannuels de développement impliquant le secteur public et le secteur privé afin d'aider et de promouvoir les femmes entrepreneurs.

g - En 1989, une initiative privée est prise pour créer un organisme de recherche spécialisé sur l'entrepreneuriat féminin. D'abord connu sous le nom de " National Foundation for Women Business Owners ", il s'est récemment transformé en " Center for Women's Business Research " (CWBR). Cet organisme a joué un rôle important pour une meilleure connaissance et reconnaissance des femmes entrepreneurs. Il travaille en étroite collaboration avec la SBA et les organismes fédéraux de statistiques, et il est parrainé par plusieurs grandes entreprises de divers secteurs (banques, informatique, etc.). Ses travaux ont inspiré les propositions de certaines organisations internationales (Nations Unies, OCDE), et d'autres pays mettant en place une politique en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin.

Il semble malheureusement que la production de ce Centre ait sensiblement décliné au cours de la période récente.

h - En 2002, G. Bush préside la convention " Women entrepreneurship in the 21st Century " organisée par le Department of Labour (Ministère du Travail). Il ne s'agit là que de la reprise d'une tradition déjà ancienne chez les Présidents des Etats-Unis de s'impliquer personnellement en faveur de l'entrepreneuriat féminin, ce qui constitue pour lui un élément important de reconnaissance.

B - Les résultats d'une politique et de 30 ans d'efforts :

Après le constat des grandes mesures de caractère politique prises par le Gouvernement américain seront mis ici en évidence les principaux résultats quantitatifs et qualitatifs dégagés de l'observation de la dernière décennie.

Le système statistique américain est en partie basé sur un recensement économique approfondi réalisé tous les 5 ans par le Census Bureau (Bureau de recensement des entreprises), (*coordonnées de ces travaux en annexes page 58*).

Il distingue :

- Les entreprises détenues majoritairement, 51 % ou plus étant le critère américain, et gérées par une (ou plusieurs femmes). Ce groupe comprend, en 2004, 6,6 millions d'entreprises (contre 6,2 millions en 2002).
- Les entreprises détenues à 50 % par une ou plusieurs femmes (co-entrepreneuriat égalitaire). Ce groupe comprend, en 2004, 4 millions d'entreprises (inchangé par rapport à 2002).

N.B. - Aux Etats-Unis, on a l'habitude de faire la somme des deux groupes, ce qui donne un total de 10,6 millions pour l'entrepreneuriat féminin en 2004. Ce chiffre est souvent rapproché de celui de l'ensemble des entreprises américaines en 2004 au nombre de 22 millions, ce qui justifie le pourcentage de 48 % pour l'entrepreneuriat féminin.

Les sources de ces informations résultent des travaux réalisés par le Centre de recherche CWBR, en collaboration avec la SBA et le Census Bureau.

Sans entrer dans le détail de ces statistiques, on retiendra les points suivants :

- Les femmes créent, chaque année, plus d'entreprises que les hommes, la croissance du nombre total de l'entrepreneuriat féminin étant nettement supérieure à celle de l'ensemble des entreprises américaines.
- La croissance des entreprises des femmes entrepreneurs, mesurée par le chiffre d'affaires, est supérieure à la croissance moyenne des entreprises américaines.
- La croissance des emplois des entreprises des femmes entrepreneurs, mesurée par le nombre des emplois salariés, est supérieure à la croissance moyenne des emplois salariés de l'ensemble des entreprises américaines.
- Les entreprises des femmes entrepreneurs emploient plus de femmes que la moyenne de l'ensemble des entreprises : en 2002, les femmes entrepreneurs ont une proportion de 52 % de femmes pour 48 % d'hommes dans leur emploi salarié. Cette proportion est de 38 % de femmes pour 62 % d'hommes chez les hommes entrepreneurs.
- Le nombre d'entreprises des femmes entrepreneurs provenant des minorités raciales se développe de façon très significative. En 2002, ces entreprises étaient au nombre de 1,2 million, la croissance de leur nombre a été de 32 % entre 1997 et 2002.
- Les entreprises des femmes entrepreneurs emploient plus de femmes des minorités que la moyenne de l'ensemble des entreprises.
- Les entreprises des femmes entrepreneurs commencent à figurer de façon significative dans la zone des entreprises de + de 100 personnes : leur nombre s'est accru de 44 % entre 1997 et 2002.
- On commence à constater une diffusion des valeurs féminines dans le management, y compris au profit d'un certain nombre d'hommes entrepreneurs. Les femmes qui ont créé leur entreprise au cours des 10 dernières années ont une meilleure formation de base et une meilleure expérience entrepreneuriale que celles qui ont créé leur entreprise il y a 20 ans ou plus.

- Les femmes entrepreneurs, tout en conservant une forte position dans le secteur des services, investissent maintenant d'autres secteurs moins traditionnels (construction, industrie...).
- Les réseaux d'affaires de l'entrepreneuriat féminin se développent de plus en plus largement.
- Subsistent encore un ensemble d'obstacles qui ne sont pas totalement tombés et en particulier :
 - Problèmes de financement.
 - Problèmes de reconnaissance : sentiment de ne pas être prise au sérieux dans le monde des affaires.
 - Problèmes de l'accès aux marchés.
 - Le " plafond de verre " est, comme dans le salariat, encore très présent : très petit nombre de grandes entreprises dirigées et possédées par des femmes.

2.2 Le Canada

Depuis de nombreuses années, le Canada figure au nombre des pays dans lequel l'entrepreneuriat féminin se situe en bonne place. Il ne fait pas de doute que les actions développées depuis le milieu des années 70 par le grand voisin américain ont eu un effet incitateur pour le développement de l'entrepreneuriat féminin.

Néanmoins, ce pays n'a pas mis en place de façon systématique une véritable politique comme l'ont fait les américains. En effet, le rapport publié en 2003 à l'initiative du Premier ministre du Canada préconisant pour son pays des mesures fortement inspirées de celles mises en place aux Etats-Unis (*références en annexes page 56*) ne semble pas avoir été suivi d'effets à ce jour.

La connaissance de l'entrepreneuriat féminin dans ce pays n'est pas totalement aisée. De l'aveu même du site Strategis du gouvernement canadien, " il n'est pas facile de déterminer le nombre précis d'entrepreneurs, encore moins le nombre des femmes entrepreneurs " (*références du site Strategis en annexes page 56*).

Le chiffre global du nombre d'entreprises est une donnée relativement ambiguë, malgré l'existence d'un Registre des entreprises de Statistique Canada, l'Institut officiel de statistiques du pays (*références du site Statistique Canada en annexes page 56*). Ce registre recense les

" établissements commerciaux ", mais ne les distingue pas des " entreprises ", qui peuvent comporter plusieurs établissements. Les derniers chiffres disponibles sur le site de Strategis pour 2001 sont d'environ 2,2 millions (dont un peu plus de 1 million d'entreprises employeurs).

Les données relatives aux femmes entrepreneurs ne sont pas obtenues directement car il n'y a pas de distinction par le genre dans les statistiques d'entreprise. C'est dans les statistiques de la population active que l'on trouve les données relatives aux " travailleuses autonomes " dont le nombre s'élevait à 839.000 à fin 2004 (34% du total des travailleurs autonomes, contre 26% en 1976).

Le second axe de connaissance de l'entrepreneuriat féminin réside dans les études réalisées à la demande du Gouvernement canadien sur le financement des PME.

Ces études sont basées sur des enquêtes spécifiques menées par Statistique Canada. La plus récente est datée de 2003 (sur des données de 2001). Elle comporte des éléments de différenciation dont la typologie est la suivante :

- entreprises à propriété majoritairement féminine (15%),
- entreprises à propriété majoritairement masculine (55%),
- entreprises appartenant à part égale à des hommes et à des femmes (19%),
- entreprises à minorité féminine (11%).

On peut constater les limites de la comparabilité des chiffres entre les Etats-Unis et le Canada et les efforts qui restent encore à faire pour assurer une réelle comparabilité internationale.

Le rôle des banques canadiennes en faveur de l'entrepreneuriat féminin mérite d'être souligné :

- Banque de développement du Canada : financements spécifiques de l'entrepreneuriat féminin et aide pour la réalisation d'un rapport récent (mai 2004), préparé par la Fondation canadienne pour les femmes entrepreneurs, sur les meilleures pratiques pour les femmes entrepreneurs au Canada (*références en annexes p 56*).
- Banque Royale du Canada : financements spécifiques pour l'entrepreneuriat féminin. Sur son site, une section distincte est entièrement dédiée aux femmes chefs d'entreprises. Elle publie en outre " Championnes " un périodique en ligne (*références en annexes p 56*).

3. Royaume-Uni : un modèle qui veut réussir

Depuis l'entrée dans le 21^{ème} siècle, ce pays s'est engagé dans une politique volontariste pour favoriser la création et le développement des PME par toutes les composantes de sa population. Ses efforts ont mis en évidence, dès le départ, l'importance des femmes entrepreneurs dans ce processus, dans la mesure où la comparaison internationale situait le pays en assez mauvaise position, assez proche de celle de la France.

Le modèle américain avec sa démarche politique et les résultats qu'elle a obtenus sur une période de près de 30 ans a constitué un "aiguillon" sinon un "modèle" pour le Royaume Uni.

C'est l'évolution des 5 dernières années qui est retracée ici. Elle devrait prêter à la réflexion, surtout si l'on fait un parallèle avec la démarche française sur la même période. Cette présentation sera faite selon la chronologie des faits, devant permettre au lecteur de mieux se situer dans un environnement qui n'est pas le sien.

3.1 Les caractéristiques de la démarche du Royaume-Uni

- Une démarche conduite par les "faits", illustrée par les nombreux travaux et études réalisées en vue d'étayer les mesures à intégrer dans la politique retenue.
- Une démarche dans laquelle le "social" n'est pas oublié, mais dont l'opérateur principal est le DTI, Ministère "économique" du pays.
- Une démarche orientée sur le développement des petites entreprises, mais intégrant systématiquement la "diversité", mettant en particulier l'accent sur les femmes et les minorités ethniques.
- Une démarche qui associe secteur public et secteur privé (départements ministériels, organisations professionnelles des entreprises, banques, organisations non gouvernementales...) dans la recherche des solutions et dans les actions.
- Une démarche qui suit de façon attentive les conditions de financement des petites entreprises et des femmes.
- Une démarche qui utilise les compétences des Universités pour réaliser les études nécessaires à la connaissance des "faits".
- Une démarche qui valide les formations spécifiques pour l'entrepreneuriat féminin.
- Une démarche impliquant les régions par les agences régionales de développement (RDA).

3.2 Les premiers signes

A - En 2000

- Lancement par le Gouvernement d'une politique et d'objectifs tendant à faire du Royaume-Uni, à l'échéance de 2005 " le meilleur endroit dans le monde pour créer et développer une entreprise ". Parmi ces objectifs figurait la promotion de l'entrepreneuriat féminin.
- Publication d'études par la Barclay's Bank et la Lloyd Bank sur l'entrepreneuriat féminin.
- En octobre 2000, réalisation à l'initiative la FSB (Fédération des petites entreprises), d'une étude consacrée aux obstacles à la survie et à la croissance des petites entreprises : " Barriers to Survival and Growth in UK Small Businesses ".

B - En 2001

- Février 2001, rapport " On the Move : Women and Men Business Owners in the United Kingdom " : il constate en particulier les lacunes du système statistique existant pour avoir une vision précise du nombre des entreprises dirigées et possédées par les femmes. Les estimations du rapport situaient, pour 1999, le nombre total d'entreprises du Royaume-Uni à 3,7 millions.
- Août 2001, rapport commandé par le SBS (Small Business Service, dépendant du DTI) : " Women's business ownership : a review of the academic, popular and internet literature ". Il contribuera fortement à faciliter la collecte des " faits " pouvant servir de base à des propositions d'action politique.

C - En 2002

- Rapport du GEM 2001, faisant apparaître le très faible taux de présence des femmes entrepreneurs au Royaume-Uni.
- Mai 2002, publication du rapport demandé par la FSB, déjà citée, sur les actions possibles pour supprimer les barrières à la croissance des petites entreprises au Royaume-Uni : " Lifting the Barriers to Growth in UK Small Businesses ". Il montra notamment le faible nombre d'entreprises possédées par les femmes (9%) et le phénomène de la propriété partagée entre un homme et une femme (42%), sans qu'il fût possible d'identifier une typologie de répartition entre eux. Il fit apparaître pour la première fois des caractéristiques distinctives entre les hommes et les femmes entrepreneurs dans le pays.

- Début 2002, création de Prowess (Promoting Women's Enterprise Support), une organisation à but non lucratif ayant pour objectif la promotion et le support de l'entrepreneuriat féminin au Royaume-Uni. Les activités développées par Prowess et ses membres sont : la formation, le conseil, la mise en place de réseaux et l'information au profit des femmes créatrices et chefs d'entreprises.

En juin 2002, elle se lance dans une opération de recrutement afin de fédérer des membres de divers horizons. Cette initiative s'avérera un succès puisque le nombre des membres atteindra 65 en mars 2003 et progressera régulièrement jusqu'à plus de 200 en 2005.

En octobre 2002, Prowess publie "Restricted access : women-owned businesses in profile " avec le support des banques NatWest et Royal Bank of Scotland. Ce document présente une synthèse de la situation de l'entrepreneuriat féminin dans le cadre de la politique définie par le Gouvernement.

Prowess a joué un rôle important dans la période de construction de la politique du Royaume-Uni en faveur du développement des petites entreprises et en particulier de celles créées et développées par des femmes. Elle s'implique de plus en plus dans le suivi des actions prévues et développe une action permanente de lobbying.

- En octobre 2002, également et pour la première fois, une femme est élue présidente de la British Chambers of Commerce (BCC) : I. Moore.

3.3 Le " décollage "

A - Fin de 2002

- Le Premier Ministre Tony Blair, le Chancelier de l'Echiquier Gordon Brown et la Secrétaire d'Etat au Commerce et à l'Industrie et Ministre des femmes et de l'égalité Patricia Hewitt, signent un premier et court document élaboré par le SBS : " The Way Forward ", qui trace les axes du développement des petites entreprises.

Il comporte en particulier l'affirmation de la nécessité de supprimer les barrières à l'accès au financement pour les femmes entrepreneurs et de leur fournir un support leur permettant de créer et développer leurs entreprises. Il confirme en outre la décision de développer un cadre stratégique nouveau de l'entrepreneuriat féminin pour la fin de 2002 et de mettre en place un plan d'action pour réaliser les changements prévus.

B - En 2003

- En avril 2003, le SBS publie son cadre stratégique (" Women Enterprise Strategic framework ") à l'issue d'une courte mais intense phase de consultation à laquelle Prowess et ses membres vont activement contribuer.

- Peu après, le SBS publie son plan d'action pour les petites entreprises, intégrant les aspects spécifiques liés à l'entrepreneuriat féminin : " A government action plan for the small business ". La présentation de ce document, comporte les mêmes signatures que celles du document de 2002, marquant ainsi la permanence de l'engagement de l'équipe gouvernementale.

Parmi les mesures proposées, il est demandé à l'Association britannique des banquiers (British Bankers association) et à " The British Venture Capital Association " de faire une étude sur le financement de l'entrepreneuriat féminin, afin de déterminer si des améliorations sont possibles pour faciliter l'accès des femmes aux financements.

- En novembre 2003, le Ministre du Trésor annonce que le gouvernement et les principales banques sont d'accord pour examiner l'impact du " credit scoring " en fonction du genre des bénéficiaires. Il a en effet été constaté que cette méthode pouvait comporter des éléments discriminatoires à l'égard des femmes entrepreneurs.

C - En 2004

- En janvier 2004 sont publiés les premiers résultats de la création d'entreprises entre le 1/10/02 et le 30/9/03 : le nombre des créations s'est élevé à 282.000 (+8,9%), les femmes représentant 29% de ces créations (82.000).

- En avril 2004 paraît une nouvelle édition de l'étude de la FSB : " Lifting the Barriers to Growth in UK Small Businesses ". Elle montre une tendance à l'accroissement du nombre des entreprises possédées par les femmes.

- En juin 2004, la Chambre de commerce britannique (BCC) publie " une vision de l'entrepreneuriat féminin " (" Achieving the Vision Female Entrepreneurship "). Il se situe dans le prolongement du cadre stratégique du SBS. Parmi les constats, certains semblent montrer que la politique des pouvoirs publics commence à porter des fruits. Le rapport souligne ce qui reste à faire pour atteindre les objectifs recherchés, en formulant une série de 10 recommandations.

- En juillet 2004, un peu plus d'un an après la publication par le SBS de son cadre stratégique national, les neuf agences régionales (RDA) préparent la mise en place des dispositifs régionaux pour atteindre les objectifs fixés.
Le SBS publie un document complémentaire à son plan d'action : " The evidence base ", qui se veut un constat de la situation des PME et de l'entrepreneuriat féminin.

- En octobre 2004, le Chancelier de l'Echiquier annonce deux mesures :
- mise en œuvre par le SBS du plan d'action au niveau national et régional pour obtenir qu'en 2006 le quart des entreprises soient possédées par des femmes,
- projet de mise en place d'un nouvel organisme, interlocuteur du Gouvernement pour l'entrepreneuriat féminin : " National women's business council " (NWBC).

- En novembre 2004, Prowess lance un appel d'offre pour la réalisation d'un travail de recherche sur la situation régionale des femmes entrepreneurs en Angleterre.

- En décembre 2004, Isabella Moore, ancienne présidente de BCC prend la tête du nouveau " Women's Enterprise Panel ". Cet organisme fera en particulier des propositions au Gouvernement pour la mise en place envisagée du projet de NWBC.

D - En 2005

- Début 2005, Jacqui Smith, la Ministre des femmes et de l'égalité, entreprend un tour des régions du Royaume-Uni pour inciter les agences régionales à renforcer leurs actions en faveur de l'entrepreneuriat.

- En février 2005, le GEM 2004 constate que l'écart d'activité entrepreneuriale entre hommes et femmes au Royaume-Uni tend à se réduire. Certains commentateurs estiment que les actions entreprises au cours des trois dernières années ne sont pas étrangères à cette tendance.

- En février 2005, la Business School de l'Université de Luton développe un MBA prodigué exclusivement au profit des femmes

(women-only group) souhaitant s'engager dans l'entrepreneuriat.

- Le 8 mars 2005, à l'occasion de la journée de la femme, le SBS publie un document intitulé " Promouvoir l'entrepreneuriat féminin " (Promoting female entrepreneurship).

- En avril 2005, dans la perspective d'élections au Royaume-Uni, Prowess lance un manifeste en faveur de l'entrepreneuriat féminin : " A Manifesto for Women's Enterprise ". Il y est précisé que le réseau Prowess comporte 180 membres, apportant son support à plus de 100.000 femmes chefs d'entreprises dans le pays parmi lesquelles ont été créées 10.000 nouvelles entreprises.

- En mai 2005, un remaniement ministériel amène un profond changement dans la prise en charge de la thématique de l'entrepreneuriat féminin. Une certaine inquiétude sur la poursuite des actions entreprises se manifeste.

Le même mois paraît une étude, supervisée par la Banque d'Angleterre sur le financement des PME. Elle montre que les femmes paient en moyenne leur financement 7,65%, soit 1% de plus que la moyenne des entreprises des hommes.

- En juillet-août 2005, Prowess publie l'étude lancée en novembre 2004 sur la situation régionale de l'entrepreneuriat féminin en Angleterre " The Regional State of Women's Enterprise in England ", première de ce type, donnant une vision essentiellement régionale.

- En décembre 2005, le Chancelier de l'Echiquier annonce la formation de la " Women's Enterprise Task Force ".

3.4 Quel futur ?

Un extraordinaire effort a été fait au Royaume-Uni pour tenter de rattraper un retard très préjudiciable à son économie. Il a rassemblé des partenaires très divers et l'on reste avec l'impression, en ce début de 2006, que le futur immédiat ne sera peut-être pas à la mesure des efforts entrepris au cours des 5 dernières années.

Les objectifs fixés en 2000 pour 2005 ont sans doute été trop ambitieux et le rythme de la mise en place des actions trop lent. Il faut se rappeler que l'actuelle situation aux Etats-Unis est le fruit de plus de 30 années d'effort !

La comparaison avec la situation française, sur la base des travaux conduits par Fiducial depuis 1998, montre que nous sommes à des " années-lumière " de distance. La démarche quasi-vibronnaire des britanniques depuis 2000 est en total contraste avec l'absence de toute initiative qui tient lieu de démarche aux français...

N.B. - L'ensemble des références relatives aux divers documents cités dans ce chapitre figurent en annexes 59 et 60.

4. Le suivi des propositions

Ce suivi, totalement factuel, est réalisé sur la base des propositions formulées dans le " Livre blanc ". Ces propositions, qui étaient au nombre de 24, sont articulées ici en 12 groupes de propositions mais dans leur ordre de présentation du " Livre blanc ".

En 2004, des initiatives ont été prises dans notre pays, au niveau gouvernemental et institutionnel, qui montraient un premier intérêt précis en faveur de l'entrepreneuriat féminin :

- Présentation au Premier Ministre, le 8 mars 2004, par la Ministre de la parité et de l'égalité professionnelle, de la " Charte de l'égalité " (*l'adresse du site en annexes page 55*). Cette charte comporte le nombre imposant de 300 engagements concernant globalement 25 ministères et secrétariats d'Etat. Parmi ces engagements, certains d'entre eux concernent plus ou moins directement l'entrepreneuriat féminin. Ils seront rappelés ici dans chacun des groupes de propositions auxquels on peut les rattacher.

Constat à mi-décembre 2005 : aucun des engagements prévus dans la Charte et concernant l'entrepreneuriat féminin n'a connu un début d'exécution, sur la base des informations publiquement disponibles.

- Communication en Conseil des Ministres, le 2 juin 2004 : la Ministre a rappelé l'annonce faite par le Premier Ministre lors de la journée des femmes le 8 mars 2004 : un objectif d'augmentation de 10 points de la part des femmes dans la création d'entreprises.

Constat à mi-décembre 2005 : aucune information publique n'est disponible sur les actions qui auraient été entreprises en vue de réaliser l'objectif fixé. L'actuel gouvernement n'a manifesté aucune intention de mettre en œuvre des actions pour la réalisation des objectifs fixés par son prédécesseur.

- Signature, le 11 octobre 2004, d'une déclaration d'intention par la Ministre de la parité et de l'égalité professionnelle et le Président de l'Assemblée permanente des Chambres des Métiers, en vue notamment de " favoriser la promotion des métiers auprès des femmes pour devenir chefs d'entreprise ". L'engagement pris par l'APCM se traduisait par un programme d'actions concrètes qui devait être engagé au cours des années à venir. La déclaration d'intention précise : " ces actions contribueront à l'objectif de doubler le nombre de femmes chefs d'entreprises en 3 ans ". Interrogée sur le contenu de cet objectif, l'APCM a précisé qu'il s'agissait de doubler le nombre de créations d'entreprises artisanales

par les femmes au cours de cette période de 3 ans.

Constat à mi-décembre 2005 : aucune information publique n'est disponible au niveau de l'APCM sur le " programme d'actions concrètes " et les effets de ce programme sur la réalisation de l'objectif fixé.

Groupe de propositions 1

Améliorer la connaissance quantitative de l'entrepreneuriat féminin

Ces propositions, réitérées depuis 2002, s'adressaient à la fois aux pouvoirs publics et aux initiatives privées :

- aux premiers pour promouvoir un système statistique permettant d'identifier le genre des entrepreneurs français et de publier largement les informations résultant de cette identification,

- aux seconds pour diligenter les études appropriées et les publications permettant de diffuser et de vulgariser cette connaissance.

Constat à mi-décembre 2005 : aucune initiative n'a été prise dans ce domaine du côté des pouvoirs publics.

Une opposition persistante se manifeste à l'égard de toute démarche visant à introduire une information sur le genre dans l'entrepreneuriat. Les approches auprès des divers organismes publics ou semi-publics reçoivent dans la plupart des cas une réponse très négative.

Il faut cependant souligner que les entreprises individuelles du secteur ICS sont clairement identifiées par le genre dans les fichiers Sirene, au niveau du stock (*tableau 5 en annexes page 51*) et du flux. Cette information, potentiellement disponible, n'est jamais donnée dans les statistiques périodiques publiées par l'APCE sur la création d'entreprise, ce qui conduit à articuler des estimations plus ou moins fondées.

Pour les personnes morales, l'information existe aussi potentiellement pour les SARL et EURL dont la détention du capital et l'identification du gérant sont des données connues. Cette information est disponible dans les Greffes, mais non regroupée, tant au niveau de chacun des Greffes qu'au niveau national. Un effort pourrait être fait dans ce domaine, qui permettrait de mieux connaître une population de plus de 2 millions d'entreprises.

Concernant spécifiquement la création d'entreprises, les données du fichier de l'enquête SINE élaboré par l'INSEE et publiées tous les 4 ans permettent d'avoir une approche assez précise de la part des femmes dans la création d'entreprises (personnes physiques et personnes morales). Ce fichier a fait l'objet de travaux d'analyse de la part de l'APCE pour les données de 1992 (référence en annexes page 53). Ils situent la part des femmes dans la création (créations pures et reprises) à 29 % soit environ 87 000 en 2003. Pour la seule création pure, le taux se situe à 26 % selon les estimations établies par André Letowski, responsable des analyses et statistiques de la création d'entreprises à l'APCE.

Tant dans la " Charte de l'égalité " que dans la " Déclaration d'intention APCM ", figurent des projets d'actions pour améliorer la situation en matière de statistiques sur l'entrepreneuriat féminin :

- " Charte de l'égalité ", action 108 : " enrichir l'approche de l'entrepreneuriat féminin en affinant les résultats statistiques et les travaux d'analyse ".
 - " Déclaration d'intention APCM " : " engager les démarches pour que les statistiques disponibles dans le secteur artisanal et spécialement celles qui sont relatives à la création et à la reprise d'entreprises permettent de repérer les progrès de la place des femmes dans l'artisanat ".
- Constat à mi-décembre 2005 : aucun de ces projets ne semble avoir connu de commencement d'exécution.

Il ne faut pas sous-estimer les difficultés techniques qu'implique l'établissement de statistiques sur l'entrepreneuriat féminin et les limites des comparaisons qui peuvent être faites aujourd'hui entre les divers pays. Ceci ne doit pas être considéré comme une fin de non-recevoir, mais bien plutôt comme une incitation à s'engager vigoureusement dans une démarche indispensable et urgente pour le développement d'une source importante de croissance de notre économie. C'est aussi la condition d'une véritable égalité des chances pour les femmes désirant entreprendre.

Aux Etats-Unis, les résultats d'une nouvelle enquête sur l'entrepreneuriat féminin seront disponibles en 2006 et donneront un panorama de l'évolution sur une période de 10 ans.

En Allemagne, le Ministère de l'Economie et du travail, a publié une importante étude quantitative et qualitative consacrée aux femmes entrepreneurs dans ce pays. Cette étude a été réalisée par l'IFM, un institut officiel d'étude sur les petites et moyennes entreprises (référence en annexes page 55).

Rappelons aussi l'étude Prowess de 2005, déjà citée plus haut, sur l'entrepreneuriat féminin au Royaume-Uni (*référence en annexes page 59*). D'autres pays comme le Canada, l'Espagne, l'Italie, pour n'en citer que quelques-uns, disposent déjà d'outils statistiques sur l'entrepreneuriat féminin et tentent de le faire régulièrement progresser.

L'enjeu est ici important : il n'y a pas de reconnaissance sans connaissance. Or le manque de reconnaissance qui frappe les femmes entrepreneurs est l'une des principales causes des problèmes qu'elles rencontrent : financement, accès aux marchés, accès aux réseaux, etc. Dans notre pays, on ne peut qu'espérer une prise de conscience des pouvoirs publics dans cette matière.

Groupe de propositions 2

Développer l'esprit d'entreprise dans le monde féminin

Ce groupe de propositions a pour objectif de contribuer à la reconnaissance de la femme entrepreneur qui doit être perçue comme un modèle attractif que d'autres femmes ont envie de suivre et comme un modèle qui doit être respecté par tous.

Il conviendrait en particulier d'introduire, depuis le plus jeune âge et à tous les niveaux du système éducatif, une sensibilisation des jeunes à l'importance du modèle entrepreneurial, à son rôle économique et social positif. Cette sensibilisation devrait mettre en évidence que le modèle entrepreneurial doit être ouvert, sur la base de l'égalité des chances, aux femmes comme aux hommes. Certaines initiatives semblent avoir été prises dans ce domaine en France, mais elles sont encore peu visibles et n'ont pas été, jusqu'à présent considérées comme " bonnes pratiques ".

Groupe de propositions 3

Développer la reconnaissance sociale de l'entrepreneuriat féminin

L'engagement du monde politique en faveur de l'entrepreneuriat féminin est très important. La cible comporte ici l'ensemble des élus jusqu'au niveau le plus élevé de l'Etat.

En France, jusqu'à une période très récente, à aucun niveau de l'Etat, on ne disposait d'une reconnaissance explicite de l'entrepreneuriat féminin. Le silence total sur ce thème à l'occasion des débats sur la loi d'initiative économique a été révélateur à cet égard. Les années 2003 et 2004 avaient néanmoins été marquées par des initiatives de communication du Gouvernement sur la thématique de l'entrepreneuriat féminin, démarches qui tranchaient fortement par rapport aux pratiques des précédents gouvernements. L'année 2005, par contre, n'a connu qu'un silence assourdissant dans ce domaine.

Les médias, quant à eux, pourraient jouer un rôle important dans le processus de reconnaissance. À l'expérience de ces dernières années, le sujet est rarement traité, sauf sous un aspect anecdotique. Il y a très peu d'intérêt en revanche pour une approche plus macro-économique ou sociétale de l'entrepreneuriat féminin. À l'évidence, c'est un thème peu prisé par les responsables de rédaction, qu'ils soient hommes ou... femmes. Il faudrait que des campagnes d'opinion soient développées dans notre pays, en utilisant les éléments de connaissance du monde des TPE et de l'entrepreneuriat féminin tant en France qu'à l'étranger pour faire reconnaître son rôle économique essentiel.

Groupe de propositions 4

Obtenir une meilleure connaissance des obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs

Dans notre pays, la tendance dominante est de considérer qu'il n'y a pas de différence à faire entre les obstacles rencontrés par les femmes salariées et les femmes entrepreneurs, pas plus qu'il n'y a de raison d'en faire entre les femmes entrepreneurs et les hommes entrepreneurs. Une approche différenciée est assimilée à un traitement inégal. Une étude sérieuse de la question montrerait les différences existant entre les deux situations, différences que la plupart des femmes entrepreneurs soulignent, y compris celles qui ont quitté le salariat pour l'entrepreneuriat.

Aux Etats-Unis, l'une des premières démarches " The Bottom Line : Unequal Enterprise in America ", déjà citée, fut d'étudier la situation

des femmes entrepreneurs et d'identifier les obstacles qu'elles rencontraient. C'est sur la base de ce constat que fut élaborée la politique nationale relative à l'entrepreneuriat féminin. En France, le principe même d'une telle étude est écarté au nom du risque d'atteinte à l'égalité. En réalité, l'étude des obstacles permettrait de faire apparaître si les femmes entrepreneurs souffrent ou non de discriminations et de proposer des mesures positives destinées à supprimer ces discriminations, contribuant ainsi à rétablir une égalité mise en cause.

Constatons le paradoxe d'un pays qui vote une loi sur la parité en politique, basée sur des quotas, dont on connaît les résultats à ce jour, et dans lequel on refuse l'idée même de faire une étude sur les obstacles discriminatoires dont pourraient souffrir les femmes entrepreneurs dans la création et le développement de leur entreprise. Paradoxe encore, devant la carence de l'Etat, qu'aucune organisation privée n'ait pris l'initiative de réaliser ou de faire réaliser cette étude par un groupe d'experts indépendants.

Groupe de propositions 5

Faciliter le financement de l'entrepreneuriat féminin

En France, comme dans d'autres domaines, la femme va rencontrer en matière de financement le cumul des difficultés liées au fait qu'elle dirige une TPE et au fait qu'elle est une femme. Lorsque ce thème est évoqué, la réponse des pouvoirs publics et des réseaux bancaires de distribution du crédit est que, dans notre pays, les femmes entrepreneurs ne rencontrent pas de problèmes spécifiques.

La réalité du terrain est sensiblement différente. Dès que l'on aborde ce thème avec un groupe de femmes créatrices ou dirigeantes de leur entreprise, on collecte très rapidement une liste importante des difficultés rencontrées au quotidien, en raison de leur qualité de femme, dans l'accès aux sources de financement. On pourrait considérer ces réactions comme étant minoritaires, non représentatives de la réalité dans notre pays. Bien entendu aucune étude sérieuse n'a été faite, ni par les pouvoirs publics, ni par les universitaires, ni par les réseaux bancaires qui sont souvent en première ligne dans les mises en cause. D'un côté comme de l'autre, personne ne peut donc rien prouver...

Il reste que la prise de connaissance de diverses études réalisées tant en Europe qu'en Amérique du Nord ainsi que des travaux de l'OCDE fait apparaître que les femmes entrepreneurs continuent à rencontrer des obstacles au financement, en tant que femme. Notre pays serait donc un pays épargné...

La France, a priori opposée à toute forme de mesure ayant une connotation d' " action positive ", a pourtant créé en 1989, à l'initiative du Secrétariat d'Etat chargé des droits de la femme, le FGIF (Fonds de Garantie à l'Initiative des Femmes) destiné à faciliter l'accès au financement pour les femmes qui veulent créer, reprendre ou développer une entreprise.

Cette initiative est intéressante à un double titre :

- Elle montre d'abord qu'une mesure spécifique en faveur des femmes entrepreneurs dans notre pays est possible ; apparemment elle n'a jamais été attaquée pour cause d'atteinte à l'égalité, et pourrait fort bien ouvrir la voie à d'autres mesures spécifiques dans d'autres domaines.

- Elle montre aussi la limite de l'engagement de l'Etat dans ce domaine. En raison de la complexité du dispositif du FGIF et des faibles montants auxquels il permet d'accéder, le nombre de dossiers présentés entre 1989 et 2000 a été de 2.500 et 60 % de ces dossiers (soit 1.500) ont obtenu la garantie pour un prêt moyen de 19.000 €.

- Sur la période récente, diverses modifications sont intervenues en vue d'améliorer le dispositif : régionalisation de l'instruction des dossiers dont les prêts demandés sont inférieurs ou égaux à 25.000 €. Cet effort a produit des effets positifs avec une augmentation du nombre des garanties mises en place : 79 en 2003, 195 en 2004 et plus de 300 pour 2005. Des améliorations sont encore possibles car il est constaté un certain " déchet " entre le nombre des dossiers validés par les comités de sélection et le nombre de garanties mises en place. À titre d'exemple, en 2004, 326 dossiers avaient été validés, mais seulement 195 garanties ont été mises en place. Une dernière difficulté est constatée résidant dans les délais de mise en place du financement par les banques (de l'ordre de 6 mois...).

Concernant les rares initiatives privées récentes, il faut citer :

- L'Association Racines, qui a suscité la création des CLEFE (Club Local d'Epargne pour les Femmes qui Entreprennent). Cette association revendiquait en avril 2004 l'existence de 51 CLEFE dont 21 actifs réunissant 292 épargnants ayant collecté 157.000 € (*adresse du site en annexes page 55*).

- Femmes Business Angels (*adresse du site en annexes page 55*)

Parmi les propositions du " Livre blanc ", un certain nombre d'entre-elles avaient pour objectif d'inciter le secteur bancaire à s'intéresser de plus près au monde de l'entrepreneuriat féminin : ce n'est toujours pas le cas...

Force est de constater que dans d'autres pays, les banquiers ont mieux compris le potentiel que représente l'entrepreneuriat féminin, et se sont effectivement impliqués. Il s'agit de mise à disposition de solutions de financement spécifiques mais aussi de " sponsorship " de réseaux et de manifestations organisées sur le thème de l'entrepreneuriat féminin.

Un excellent exemple est donné par la Banque Royale du Canada, déjà citée qui propose aux femmes entrepreneurs des outils exclusifs :

financement, séances de formation, publications... Cette banque privée fondée en 1875, cotée en Bourse, est le principal opérateur financier au Canada (*adresse du site en annexes page 56*). Toujours au Canada, la Banque de développement du Canada, institution financière qui appartient entièrement au gouvernement du Canada, a créé récemment un fonds de 25 millions de dollars ciblé sur les femmes entrepreneurs (*adresse du site en annexes page 56*). Cette institution revendique un soutien de l'entrepreneuriat féminin depuis plus de 10 ans. Le montant prêté aux femmes entrepreneurs s'établit à 1,3 milliard de dollars depuis 1995.

La Banque Mondiale (World Bank) pour sa part se montre très incitative au développement d'entreprises par les femmes, en particulier dans les pays en voie de développement (*adresse du site en annexes page 61*).

Groupe de propositions 6

Promouvoir et diffuser le modèle de management féminin et les valeurs qui les sous-tendent

Les débats restent nombreux sur la pertinence d'une distinction entre le management " masculin " et le management " féminin " dans le contexte de l'entrepreneuriat. Le débat peut également se prolonger dans le monde de l'encadrement des entreprises qui a été, pour l'essentiel, explicitement exclu du champ de l'Observatoire. Néanmoins, il existe à l'évidence un " tronc commun " fondé sur la distinction entre l'identification des valeurs féminines et des valeurs masculines dans le management.

L'observation attentive des initiatives et/ou publications françaises dans ce domaine au cours de ces dernières années n'a pas permis d'identifier de réalisations publiquement disponibles. Les propositions du " Livre blanc " conduisaient à susciter des travaux de recherche pour contribuer à préciser le contenu du modèle féminin de management et des valeurs qui le sous-tendent, en le confrontant de façon systématique à un inventaire des bonnes pratiques féminines dans ce domaine. Il est clair que ce message n'est toujours pas entendu... Cette première étape essentielle, n'ayant pas été franchie, les propositions qui en découlaient, et notamment la diffusion par le système éducatif, restent sans objet pour l'instant.

Force est donc de revenir au monde anglo-saxon qui, depuis fort longtemps, a placé la recherche sur l'entrepreneuriat féminin comme un élément essentiel de son développement. On rappellera les premières démarches aux Etats-Unis, en 1978, avec " The Bottom Line : Unequal Enterprise in America ", puis la création du premier Centre de recherche sur l'entrepreneuriat féminin en 1989, devenu aujourd'hui le CWBR cité plus haut (*adresse du site et références des publications accessibles en annexes page 58*).

Ces initiatives n'ont pas été vaines car elles ont suscité directement et indirectement une très importante littérature dans le mode anglo-saxon sur la prise en considération du genre dans la création et le développement des entreprises. Une revue détaillée de cette littérature et de ses principaux axes sortirait du cadre de l'Observatoire qui a surtout pour objectif de pointer les principaux thèmes de son champ d'observation. Le lecteur se reportera aux références fournies dans les annexes (pages 55 à 59) et en particulier à l'important travail de collecte réalisée par Sara Carter et autres.

Il ne reste plus qu'à souhaiter que des initiatives individuelles d'étudiants, de chercheurs, de groupements de femmes entrepreneurs se saisissent de cet imposant corpus anglo-saxon, l'inventorient, l'analysent, tentent de le comparer avec les pratiques et les mentalités des entrepreneurs de notre pays. Il serait alors possible d'en tirer des éléments qui pourraient alimenter de façon satisfaisante les formations proposées aux femmes créatrices et dirigeantes d'entreprises, qui ne peuvent aujourd'hui se référer qu'à des travaux empiriques, peu formalisés, parfois conservés comme des " secrets d'Etat " pour éviter le pillage des idées.

Groupe de propositions 7

Développer des actions de formation adaptées à l'entrepreneuriat féminin et à ses conditions d'exercice dans le contexte des TPE

Les recherches entreprises pour identifier, dans l'offre très vaste, voire pléthorique, de formations à la création des entreprises, n'ont pas permis d'identifier des réalisations significatives concernant spécifiquement l'entrepreneuriat féminin. Même les organisations qui avancent une certaine forme de spécialisation dans cette direction ne sont pas en état de présenter des descriptions précises des thèmes spécifiques sur les valeurs féminines et leur contenu. En réalité, lorsqu'elles sont décrites d'une façon un peu détaillée, on se rend compte que, dans la très grande majorité des cas, rien ne peut justifier la revendication d'une compétence pédagogique spécifique en direction de l'entrepreneuriat féminin exercé dans le cadre des TPE. Un double effort semble devoir être fait :

a - Faire admettre aux enseignants et aux consultants qu'il faut apprendre à "penser petit", ce qui ne doit surtout pas être considéré comme péjoratif et dévalorisant.

b - Adapter, aménager et compléter les méthodes, techniques et outils du management pour tenir compte des spécificités féminines et en particulier :

- introduire les caractéristiques du modèle féminin de management en montrant en quoi et comment la femme entrepreneur peut tirer parti des points forts de ce modèle et éviter les faiblesses qu'il peut receler,
- considérer la nécessité pour la femme entrepreneur de concilier très fréquemment la gestion de l' "entreprise famille " et celle de son entreprise proprement dite,
- intégrer les limites de mobilité, souvent dûes au fait qu'un grand nombre de TPE - et tout particulièrement les TPE sans salarié - sont situées au domicile lors de leur création. Ces limites sont défavorables pour les formations " classiques ", par contre elles sont incitatrices à l'utilisation de techniques d'enseignement à distance, avec ou sans Internet. En l'état actuel des recherches effectuées et des observations faites, on peut considérer que l'on est encore assez loin d'une situation satisfaisante et que les divers organismes de formation pourraient s'inspirer de bonnes pratiques déjà identifiées. On se reportera au rapport réalisé à la demande de la Commission européenne " Bonnes pratiques dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin " présenté lors du Forum européen du 28/3/03 (*références en annexes page 60*).

La " Charte de l'égalité " insiste à plusieurs reprises sur cet aspect de formation, et en particulier dans l'action 100 : " donner pour mission à l'Observatoire des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat (OPPE) de recenser, suivre et analyser la création d'entreprises par les jeunes filles ". De façon plus diffuse, la " déclaration d'intention APCM " met également l'accent sur les actions de formation à conduire.

Constat à mi-décembre 2005 : aucune information publiquement disponible sur les réalisations liées à l'action 100, ni en provenance de l'APCM.

Groupe de propositions 8

Développement du monitoring/mentoring ou " marrainage "

La valeur de l'exemple ainsi que les conseils de femmes entrepreneurs ayant une pratique suffisante de l'entrepreneuriat peuvent être particulièrement efficaces pour aider les créatrices dans la phase de préparation et de mise en place de leur projet, comme pour le suivi

dans les premières années de fonctionnement. Les réseaux féminins peuvent jouer un rôle important dans la mise en place et la diffusion de ce genre de démarche. Aux Etats-Unis, il existe un réseau spécialisé dénommé " Women's Network for Entrepreneurial Training Mentoring Program " (WNET).

Les initiatives recensées en France sont très peu nombreuses, elles émanent essentiellement des réseaux de femmes entrepreneurs (*références en annexes pages 62 et suivantes*). Ces initiatives ont encore beaucoup besoin de se renforcer. Deux écueils peuvent être identifiés : la difficulté de trouver des " marraines " ayant la compétence et la disponibilité nécessaires, les faibles moyens financiers des réseaux.

Dans le cadre du dispositif " Chrysalide ", lancé en janvier 2003 par la Ministre de la Parité et de l'égalité professionnelle en direction des femmes des zones urbaines sensibles, est offert un " accompagnement de professionnels à de futures professionnelles, pour faciliter la création de leur entreprise et les aider à réussir dans leur vie ". Des conventions de marrainage étaient prévues dans ce dispositif.

Constat à mi-décembre 2005 : aucune information publiquement disponible sur les réalisations du dispositif " Chrysalide ".

Groupe de propositions 9

Mise en place de solutions de compatibilité vie familiale / vie professionnelle

C'est un thème qui est crucial pour la réussite des femmes entrepreneurs, surtout lorsqu'elles créent dans une période où elles ont encore des enfants en bas âge. Plusieurs débats ont eu lieu sur le sujet et certaines propositions ont été avancées ; bien peu ont débouché sur des réalisations concrètes.

Il convient de souligner qu'en France, comme dans la plupart des autres pays, la création par les femmes et les premiers développements de leurs entreprises se font très souvent au domicile. Cette situation est parfois considérée comme peu satisfaisante, mais sa fréquence doit être prise en considération, à la fois dans les formations et dans les possibles solutions de compatibilité vie familiale/vie professionnelle. Il ne faut pas non plus imaginer, dans une vision simpliste, que la situation de la femme salariée et celle de la femme entrepreneur sont strictement identiques et relèvent du même traitement.

La " Charte de l'égalité " prévoyait dans son action 111 d'" aménager l'ouverture du droit à la prestation d'accueil du jeune enfant (PAJE) au bénéfice des créatrices d'entreprises " .

Constat à mi-décembre 2005 : aucune information publiquement disponible sur les réalisations de l'action 111.

Les observations faites sur ce thème n'ont pas révélé d'avancées significatives sur les quatre dernières années. Il est vraisemblable que tant que la reconnaissance de la spécificité de l'entrepreneuriat féminin ne sera pas plus avancée, les femmes entrepreneurs devront trouver elles-mêmes les solutions d'organisation et de financement dont elles ont besoin.

Groupe de propositions 10

Utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)

L'utilisation des NTIC, pour les femmes entrepreneurs dans le monde des TPE est cruciale. Malheureusement, le retard d'équipement informatique et d'accès à Internet est encore significatif chez les TPE et c'est un obstacle supplémentaire pour les femmes entrepreneurs, tout particulièrement dans le cas de l'entreprise à domicile.

La comparaison avec la pratique américaine est ici saisissante : il est peu concevable aux Etats-Unis qu'une entreprise (même la plus petite) ne puisse disposer d'un micro-ordinateur et d'une connexion à Internet. Pour ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin, ici encore l'écart de reconnaissance est évident.

L'effort à faire en France est indispensable, car plusieurs études réalisées dans d'autres pays ont fait apparaître une plus intense utilisation des NTIC par les femmes que par les hommes.

Groupe de propositions 11

Développement des réseaux d'entrepreneuriat féminin

Les réseaux ont une grande importance dans le développement de l'entrepreneuriat féminin et pour son accès aux marchés. Mais il faut distinguer les divers types d'objectifs et d'activités de ces réseaux, objectifs et activités qui peuvent se combiner de façon différente suivant les cas. On peut ainsi distinguer :

- Les réseaux du type 1, dont l'objectif essentiel est d'aider les femmes à créer leur entreprise et éventuellement de les accompagner dans leur développement : Action'elles est un réseau de ce type (*références en annexes page 62*).
- Les réseaux du type 2, dont l'objectif principal est d'exercer un pouvoir d'influence en obtenant des postes de décision dans les organisations publiques (tribunaux de commerce, chambres de commerce) ou privées (syndicats patronaux...) : FCEM est un réseau de ce type (*références en annexes page 68*).
- Les réseaux du type 3, ayant pour objectif essentiel de permettre à leurs membres de faire des affaires. À son état pur, aucun réseau de ce type n'a été identifié dans notre pays.

À partir de ces réseaux à objectifs dominants, on trouve des réseaux plus complexes qui associent diverses caractéristiques, ainsi :

- Le réseau Arborus qui combine les objectifs des deux premiers types et qui élargit son champ d'action au-delà du seul entrepreneuriat : la parité dans les entreprises en particulier (*références en annexes page 64*).
- Le réseau Dirigeantes qui combine surtout les objectifs des deux seconds types avec des activités fortement articulées vers les affaires : Business Club, Maillage (orientation nationale et internationale). Ce réseau est aussi l'un de ceux qui a la plus forte connotation internationale et son organisation du " Maillage " dans le contexte des activités de l'OCDE (*références en annexes page 66*).

- Les réseaux AFEE et " L'entreprise au féminin ", qui sont à un niveau moins avancé de structuration, mais qui potentiellement tentent de combiner les objectifs du premier et du troisième type *(références en annexes pages 63 et 70)*
- Les réseaux BPW, EPWN, FWE présentent des caractéristiques assez voisines avec une présence européenne (EPWN) ou internationale (BPW et FWE) et tentent de combiner l'appartenance de femmes cadres d'entreprises et de femmes créatrices ou dirigeantes d'entreprises *(références en annexes page 65, 67 et 69).*

Sans pour autant constituer un " réseau " au sens où nous l'avons défini, il convient de signaler l'existence dans notre pays, à l'image de ce qui a déjà été développé dans d'autres pays d'un " incubateur pour l'entrepreneuriat féminin ". Il s'agit de Paris Pionnières à Paris *(références en annexes page 72).*

De ce que l'on connaît de ces réseaux, sur la base des informations disponibles ou communiquées, et lorsqu'ils se situent sur les objectifs du premier et du troisième type, il faut admettre que la modicité de leurs moyens financiers reste une limite majeure à leur action qui est néanmoins remarquable malgré cet obstacle. L'absence presque totale de " sponsorship " privée de ces réseaux fait aussi partie des nombreuses " exceptions françaises " constatées dans l'entrepreneuriat féminin.

La " Charte de la parité " n'évoque pas explicitement ces réseaux qui sont pratiquement les seuls à exister spécifiquement pour l'entrepreneuriat féminin. Le vocabulaire utilisé dans cette charte est relativement vague et semble surtout faire référence à des structures " institutionnelles " ou " quasi-institutionnelles " : ainsi l'action 103 fait-elle référence à l'" inscription dans les conventions que l'Etat signe avec les réseaux d'accompagnement de la prise en compte des femmes créatrices et de l'évaluation des actions mises en œuvre ". L'action 105 met en évidence des réseaux de " création d'activités " comme le réseau REACTIVES, ou encore le réseau FORCE, réseaux d'accompagnement qui, sur la base des informations qu'ils publient, ne font guère apparaître de façon précise leurs compétences en matière d'entrepreneuriat féminin. Enfin, l'action 106 propose " l'implication des réseaux dans la diffusion des informations à destination des créatrices d'entreprises " citant en particulier le réseau ACT'UELLES.

Constat à mi-décembre 2005 : aucune information publiquement disponible actuellement sur les réalisations des actions 103,105 et 106.

Groupe de propositions 12

Engagement des pouvoirs publics en faveur de l'égalité des chances dans l'entrepreneuriat féminin

Par rapport aux propositions faites dans le " Livre blanc ", les mesures prises par les pouvoirs publics ont été pratiquement inexistantes. Comme ceci a déjà été mentionné plus haut, certaines dispositions de la loi sur l'initiative économique peuvent s'avérer positives pour les femmes entrepreneurs ; néanmoins elles ne peuvent être considérées comme des mesures dans lesquelles l'entrepreneuriat féminin ait été spécifiquement visé.

On peut encore constater les difficultés résultant de la répartition des fonctions entre les divers ministères dans la visibilité de l'action en faveur de l'entrepreneuriat féminin. En effet, sa prise en compte relève principalement à la fois du Ministère des affaires sociales et du Ministère de l'économie et des finances avec leurs divers ministères délégués et secrétariats d'Etat, mais d'autres départements ministériels sont également concernés. Cette situation n'est pas propre à la France ; aux Etats-Unis, l'existence d'un comité interministériel pour l'entrepreneuriat féminin est un élément qui contribue fortement à la visibilité des actions développées.

Chacun peut constater que l'on est encore loin de la formulation d'une véritable politique dans ce domaine, à l'image de ce que montrent d'autres expériences hors de France. On peut donc formuler le vœu que des réalisations effectives, rapides et lisibles se manifestent qui seront progressivement suivies de nouveaux éléments permettant de témoigner d'une réelle évolution pour l'égalité des chances des femmes entrepreneurs dans notre pays.

Sommaire des Annexes

Tableaux statistiques	p. 47
Sources documentaires	p. 53
Réseaux de l'entrepreneuriat féminin	
Action'elles	p. 62
AFEE	p. 63
Arborus	p. 64
BPW France	p. 65
Dirigeantes	p. 66
EPWN	p. 67
FCEM	p. 68
FWE Europe	p. 69
L'entreprise au féminin	p. 70
Les Inform'elles	p. 71
Paris Pionnières	p. 72

Tableau 1 - France : répartition des entreprises ICS selon le nombre de salariés et l'activité au 1/1/2004 (en milliers d'entreprises)

Nb de salariés	0	1 à 9	10 à 49	50 à 99	100 à 249	250 à 499	Total
Secteurs							
Indust agro-alim	19	39	6	0,7	0,5	0,3	66
Indust hors agro-alim	81	68	28	4	2,9	1,8	186
Construction	165	152	26	1,5	0,7	0,3	343
Commerce	333	260	38	4	2	0,8	638
Transports	53	26	9	1,3	0,8	0,4	90
Activités immobilières	54	22	2,3	0,1	0,1	0,02	79
Services aux entreprises	274	124	24	2,5	1,4	1,1	426
Services aux particuliers	217	169	17,3	1	0,4	0,2	405
Educat, santé, action sociale	259	70	5	0,6	0,4	0,1	335
	1456	930	153	16	9	5	2569
Répartition en % du nombre total d'entreprises	51,28%	41,16%	6,32%	0,65%	0,38%	0,21%	100,00%
Rappel 1/1/2002	50,31%	42,13%	6,31%	0,65%	0,38%	0,21%	100,00%

Source : Insee Tableaux de l'économie française 2005/2006 page 147

Tableau 2 - France : créations d'entreprises. Données de synthèse comparatives 1993/2004

	1993	2003	2004
Ensemble	272 264	291 986	318 757
dont en %			
Selon l'origine	100	100	100
Créations pures	62,3	67,7	69,9
Reprises	17,7	13,7	13,2
Réactivations	20	18,6	16,9
Par secteurs	100	100	100
Industries agro-alim	2,4	2,1	2,2
Industries hors agro-alim	6,7	4,7	4,6
Construction	12,3	14,5	15,6
Commerce	32,1	27,1	26,9
Transports	3,7	2,5	2,2
Activités immobilières	2,6	3,7	4,1

	1993	2003	2004
Services aux entreprises	15,1	18,5	19,2
Services aux particuliers	18,3	19	18,1
Education, santé, action sociale	6,8	7,8	7,1
Par la taille	100	100	100
0 salarié + non déterminé	71,7	80,1	83,1
1 à 2 salariés	18,1	13,7	12,2
3 à 9 salariés	6,8	4,9	3,7
10 et plus	1,7	1,3	1,0
Selon la nature juridique	100	100	100
Personnes morales	36,2	41,9	44,4
Personnes physiques	63,8	58,1	55,6

Source : Insee Tableaux de l'économie française 2005/2006 page 145

Tableau 3 - Etats-Unis : évolution du nombre des entreprises par tranche de salariés 1992/ 2000 (en milliers d'entreprises)

	1992		1997		1999		2000		2002	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Total des entreprises	19 420		20 981	100%	21 761	100%	22 182	100%	23 344	100%
0 salarié	14 969	77,08%	16 159	77,02%	16 861	77,48%	17 257	77,80%	18 416	78,89%
1 à 4	2 631	13,55%	2 638	12,57%	2 680	12,32%	2 670	12,04%	2 696	11,55%
5 à 9	946	4,87%	1 007	4,80%	1 013	4,66%	1 021	4,60%	1 011	4,33%
10 à 19	552	2,84%	594	2,83%	606	2,78%	617	2,78%	6,4	2,63%
20 à 99	439	2,26%	487	2,32%	494	2,27%	516	2,33%	508	2,18%
100 à 499	69	0,36%	80	0,38%	80	0,37%	84	0,38%	82	0,35%
500 et +	14	0,07%	16	0,08%	16	0,07%	17	0,08%	17	0,07%

Sources SBA, Office of advocacy 2005 : www.sba.gov/advo/stats/data.html

Tableau 4 - Royaume-Uni : nombre des entreprises privées par tranche de salariés : 2000/2004

	2000		2001		2002		2003		2004	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Total des entreprises	3 723		3 746		3 797	1%	4 021		4 283	1%
0 salarié	2 592	69,6%	2 596	69,3%	2 630	69,3%	2 866	71,3%	3 120	72,8%
1 à 4	738	19,8%	748	20%	761	20%	760	18,9%	766	17,9%
5 à 9	206	5,5%	200	5,3%	206	5,4%	203	5,3%	206	4,8%
10 à 19	108	2,9%	113	3%	114	3%	106	2,6%	104	2,4%
20 à 99	62	1,7%	73	1,9%	71	1,9%	71	1,8%	72	1,7%
100 à 499	13	0,3%	13	0,3%	12	0,3%	13	0,3%	12	0,3%
500 et +	4	0,1%	4	0,1%	3	0,1%	3	0,1%	3	0,1%
dont agriculture	190	4,7%	181	4,5%	175	4,4%	178	4,4%	170	4%
Equivalent ICS	3 533		3 565		3 622		3 843		4 113	

Sources SBA, Office of advocacy 2005 : www.sba.gov/advo/stats/data.html

Tableau 5 - France : répartition des femmes entrepreneurs ICS en entreprise individuelle par nombre de salariés et activité

Nb de salariés	0	1 à 2	3 à 5	6 à 9	10 à 19	20 et +	Total
Secteurs							
Industr. Agro-alim	2 264	1 152	641	246	46	11	4 360
Industr.hors Agro-alim	9 402	1 469	355	128	37	6	11 397
Construction	1 737	1 183	600	159	40	7	3 726
Commerce	66285	18317	6780	2445	385	46	94358
<i>dont commerce de détail</i>	58 575	17 205	6 447	2 377	366	42	85 012
Transports	3 093	727	236	105	38	11	4 210
Activités immobilières	4 666	453	137	27	7		5 290
Services aux entreprises	37 766	4 546	1 252	436	138	68	44 206
<i>dont conseil et assistance</i>	25 620	3 598	930	294	58	10	30 510
Services aux particuliers	75 093	29 172	7 584	1 202	300	74	113 425
<i>Hotel et restaurant</i>	25 588	11 499	3 116	678	185	39	41 105
<i>Activit. récréat.cultur. et sportives</i>	17 785	443	83	29	17	9	18 366
<i>Services personnels et domestiques</i>	31 720	17 230	4 385	495	98	26	59 954
Education, santé, action sociale	116 607	13 152	1 557	339	109	19	131 783
Total	317 013	70 171	19 142	5 087	1 100	242	412 755
Rappel 1/1/2002	301 356	88 657	20 350	5 296	1 356	300	417 315

Source : INSEE-DCASPL répertoire SIRENE au 1er Janvier 2004 (définitif).



Sources documentaires

Cette section consacrée aux sources documentaires n'est pas exhaustive. Elle comporte cependant les éléments les plus significatifs relatifs aux pays et aux organisations qui se sont impliqués dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

1. Ouvrages

1.1 France

- APCE, Les femmes et la création d'entreprises, collection Focus, APCE, 2001, 18 pages.
- APCE, Rapport annuel 2000, APCE, non daté, 51 pages.
- APCE, Une présence plus forte des femmes dans l'entrepreneuriat dans les années à venir ? La place des femmes dans l'initiative économique : constats et enjeux, note d'analyse NA 133, juin 1999, 15 pages.
- CPA / Arcier (A), Le quotient féminin du management, Village Mondial, 2002, 159 pages.
- Duchéneault (B), Orhan (M), Les femmes entrepreneurs en France, Seli Arslan, 2000, 384 pages.
- Femmes chefs d'entreprises France, Les femmes dans l'économie française, NEP, 1995, 163 pages.
- Tableaux de l'économie française 2005/2006, INSEE, 2005, 204 pages.
- Lunghi (C), Et si les femmes réinventaient le travail..., Eyrolles, 2002, 163 pages.
- Majnoni d'Intignano (B), Egalité entre femmes et hommes : aspects économiques, rapport au CAE, La Documentation française, 1999, 209 pages.
- Majnoni d'Intignano (B), L'iceberg féminin, Institut de l'Entreprise, 2002, 38 pages.

1.2 États-Unis

- United States House of Representatives, Committee on Small Business Report, New economic realities : the rise of women entrepreneurs, Washington DC, GPO, 1988, en anglais.
- NWBC, ICWBE, United States Case Study : Successful Public and Private Sector Initiatives Fostering the Growth of Women's Business Ownership, Novembre 2000, 100 pages, en anglais.

1.3 International

- OCDE, Women entrepreneurs in small and medium enterprises, 1998, 263 pages, en anglais et français.
- OCDE, Women entrepreneurs in SME's, realising the benefits of globalisation and the knowledge-based economy, 2001, 260 pages, en anglais et français.

2. Articles, études et ouvrages accessibles par Internet, sites utiles

L'essentiel des sources est en langue anglaise. Certains travaux, ouvrages en particulier, sont plus facilement accessibles sur Internet (y compris à titre onéreux). Ce constat nous a conduit à une présentation moins traditionnelle avec l'espoir qu'elle permettra aux lecteurs intéressés un accès plus facile aux informations recherchées.

2.1 France

- Prises de position ministérielles : www.social.gouv.fr/femmes/actu/discours.
- Sites contenant des informations sur l'entrepreneuriat féminin et sur les petites entreprises :
 - APCE : www.apce.com
 - INSEE : www.insee.fr
 - Ministère de l'Emploi, du Travail et de la Cohésion sociale : www.social.gouv.fr
 - Ministère des Pme du Commerce, de l'Artisanat, des Professions libérales et de la consommation : www.pme.gouv.fr et en particulier la DCASPL qui gère les statistiques
 - Association Racines : www.racines-clefe.com
 - Femmes Business Angels : www.femmesbusinessangels.org.

N.B. - Les adresses des sites des réseaux de l'entrepreneuriat féminin figurent sur les fiches par réseaux et n'ont pas été reprises ici (*références en annexes pages 62 à 72*).

2.2 Hors de France

Allemagne

- Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, document préparé par l'IFM-Bonn (Institut für Mittelstandforschung Bonn), Unternehmerinnen in Deutschland, Août 2003, 350 pages (en allemand). Un " executive summary " en anglais intitulé " Female Entrepreneurs in Germany " (10 pages) a aussi été réalisé par IFM - Bonn. Ces deux documents sont disponibles par le lien : www.ifm-bonn.org/presse/frauen.htm. L'IFM dispose en outre sur son site d'un ensemble très important d'informations sur les entreprises en Allemagne.
- VDU, association de femmes chefs d'entreprises (membre de FCEM), publie des informations statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Allemagne (en allemand) : www.vdu.de.

Canada

● Travaux :

- Groupe de travail du Premier Ministre sur les femmes entrepreneurs, Rapport et recommandations, octobre 2003, 312 pages, accessible à l'adresse www.liberal.parl.gc.ca/entrepreneur/documents.
- Gouvernement du Canada, Le financement des petites et moyennes entreprises au Canada, juillet 2002, (données de 2000), 113 pages, accessible à l'adresse www.strategis.gc.ca/prf.
- Gouvernement du Canada, Le financement des petites et moyennes entreprises au Canada, juillet 2003 (données de 2001), accessible à l'adresse www.strategis.gc.ca/prf.
- Banque CIBC, Les femmes entrepreneures prennent les devants, juin 2005, 16 pages, accessible à l'adresse www.cibc.com/ca/femmesentrepreneures.

● Sites :

- Banque de développement du Canada : financements spécifiques de l'entrepreneuriat féminin : www.bdc.ca/fr/i_am/woman_entrepreneur/default.htm. Cette banque a sponsorisé un rapport, préparé par la Fondation canadienne pour les femmes entrepreneurs, sur les meilleures pratiques pour les femmes entrepreneurs au Canada : " Best Practices for Women Entrepreneurs in Canada ", mai 2004, 85 pages.
- Banque Royale du Canada : fournit des financements spécifiques pour l'entrepreneuriat féminin, dispose sur son site d'une section distincte entièrement dédiée aux " Femmes chefs d' entreprises ", et publie " Championnes " un périodique en ligne : www.rbcbanqueroyaale.com/pme/femmes. Cette banque a sponsorisé en 2000 un rapport, préparé par la Fondation Canadienne pour les femmes entrepreneurs, sur les meilleures pratiques pour les femmes entrepreneurs au Canada : " Best Practices for Women Entrepreneurs in Canada ", novembre 2000, 59 pages.
- Strategis, site officiel disposant de statistiques sur l'entrepreneuriat (en français et en anglais) : www.strategis.ic.gc.ca.
- Statistique Canada, site officiel de l'Institut des statistiques du Canada (en français et en anglais) : www.statcan.ca/francais.

Italie

- L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin (Osservatorio per l'imprenditorialita femminile) : www.osservatoriodonna.it. Cet observatoire a été créé par un décret du Ministro per le Pari Opportunita en 1997. Le site, en italien, est particulièrement complet et fournit notamment des informations sur les réseaux féminins dans ce pays, ainsi qu'une bibliographie assez complète.

En Italie, de nombreuses actions sont entreprises au niveau local, même si certains fonds sont attribués dans le cadre du budget national ; diverses initiatives locales sont référencées dans ce site.

L'Italie s'est dotée en 1992, d'une loi d'actions positives pour l'entrepreneuriat féminin (legge 25/1/1992 n.215 " azioni positive per l'imprenditoria femminile "). Cette démarche se poursuit et un programme-objectif a été approuvé par un texte du 25/5/05 en faveur de la consolidation de l'entrepreneuriat féminin.

Le premier rapport national sur l'entrepreneuriat féminin, intitulé " Impresa in genere " (159 pages) a été publié en 2004, et fait une analyse détaillée de la situation en Italie. Il est disponible sur le site. On trouvera encore sur ce site un rapport intéressant intitulé " La risorsa femminile ".

- Entrepreneuriat féminin (Imprenditoria femminile) est le portail des Comités locaux pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin répartis dans les vingt régions : www.if-imprenditoriafemminile.it.

- Confartigianato : ce site, dédié à l'artisanat, comporte une section consacrée à l'entrepreneuriat féminin (Organizzazione Donne Impresa, en italien) : www.confartigianato.it/ministi/donneimpresa.jap.

Espagne

Ministère du travail et des affaires sociales : Instituto de la mujer : www.mtas.es/mujer.

Ce site donne des informations statistiques sur l'entrepreneuriat féminin.

Etats-Unis

● CWBR, A Compendium of national statistics on Women-Owned Business in the U.S., 9/2001, 196 pages, accessible à l'adresse www.womensbusinessresearch.org. On trouvera également sur ce site l'accès aux autres ressources de ce centre de recherche spécialisé sur l'entrepreneuriat féminin aux Etats-Unis.

Les divers travaux réguliers du CWBR peuvent être obtenus à l'adresse :

www.womensbusinessresearch.org. Il est possible de s'inscrire pour recevoir par mel toutes les informations actualisées élaborées par le centre.

● NWBC (National Women's Business Council) : on trouvera les rapports annuels de cet organisme présentés au Président des Etats-Unis et aux membres du Congrès à l'adresse : www.nwbc.gov. Le dernier rapport disponible est celui de 2004.

● SBA (Small Business Administration) Office of advocacy, documents en anglais, accessibles à l'adresse : www.sba.gov/advo.

- " The Third Millennium " : Small Business and Entrepreneurship in the 21st Century, Washington D.C., 1995, 68 pages.
- " Women in Business ", octobre 1998, 43 pages annexes comprises, en anglais (pdf).
- " Women in Business ", octobre 2001, 32 pages annexes comprises, en anglais (pdf).
- " Dynamics of women-operated sole proprietorshi " 1990-1998. 27 pages, mars 2003, en anglais (pdf).
- " Us sole proprietorships : A Gender comparison ", 1985-2000, 22 pages, septembre 2005 en anglais (pdf).

Les sources statistiques sur les entreprises sont accessibles à l'adresse : www.sba.gov/advo/stats. On peut aussi s'inscrire aux diverses lettres d'information de la SBA à l'adresse www.sba.gov.

De façon plus générale, le site de la SBA est une véritable " mine " d'informations sur les petites entreprises et l'entrepreneuriat féminin. On y trouvera en particulier la description des " Online Women's Business Centers " qui constituent un réseau d'accompagnement des femmes entrepreneurs à partir d'Internet.

● The Edwin Marion Kauffman Foundation, créée en 1960, cette fondation œuvre pour la promotion de l'entrepreneuriat. Elle soutient notamment le projet international GEM et finance des projets et des organisations favorisant l'entrepreneuriat féminin. Adresse : www.emkf.org.

● US Census Bureau, Women Owned Businesses, 1997, Economic Census, Survey of Women-Owned Business Enterprises, 29/3/2001, 197 pages + annexes, en anglais (disponible au format pdf sur le site du Census Bureau). La prochaine étude globale sur l'entrepreneuriat féminin paraîtra courant 2006.

Royaume-Uni

- S. Carter et S. Anderson, Business School de l'Université de Strathclyde , " On the Move : Women and Men Business Owners in the United Kingdom " , 2/2001, 20 pages.
- S. Carter, S. Anderson, Eleanor Shaw " Women's Business Ownership : a review of the academic, popular and Internet litterature " , rapport au SBS, août 2001, 116 pages. Accessible sur Internet à l'adresse www.sbs.gov.uk/research. Cette étude comporte un précieux recueil des sites Internet officiels ou privés - essentiellement britanniques - orientés vers l'entrepreneuriat féminin.

- Chambres de commerce britannique (BCC) " Achieving the Vision, Female Entrepreneurship " 2004, 36 pages, étude préparée par R. Harding, M. Cowling et M. Ream en association avec le GEM et la London Business. Accessible à l'adresse www.britishchambers.org.uk.

- FSB (Federation of Small Businesses) <http://www.fsb.org.uk>.
 - " Barriers to Growth in UK Small Businesses " , 2000.
 - " Lifting the Barriers to Growth in UK Small Businesses " , 5/2002, 116 pages, rapport établi par S. Carter, S. Tagg, S. Ennis, J. Webb, Business School de l'Université de Strathclyde.
 - " Lifting the Barriers to Growth in UK Small Businesses " , 4/2004 100 pages, rapport établi par S. Carter, C. Mason S. Tagg, Business School de l'Université de Strathclyde.

- Prowess : www.prowess.org.uk
 - Prowess, " Restricted access : women-owned businesses in profile " , 10/2002, étude dirigée par S. Carter, Business School de l'Université de Strathclyde, disponible sur le site.
 - Prowess, " A manifesto for Women's Enterprise " , 5/2004, 4 pages disponible sur le site.
 - Prowess, " The Regional State of Women's Enterprise in England " , 6/2005, 44 pages, disponible sur le site.

- SBS (Small Business Service), dépend du Ministère du commerce et de l'industrie (DTI), son site est une source importante d'informations pour l'entrepreneuriat au Royaume-Uni : www.sbs.gov.uk.
 - SBS, A strategic framework for women's enterprise " , 3/2003, 71 pages, disponible sur le site.

- SBS, " A government action plan for small business ", 2003, 56 pages, disponible sur le site
 - SBS, " Business plan 2004 ", 2003, 21 pages, disponible sur le site.
 - SBS, " A government action plan for small business. The evidence base ". 2004, 85 pages, disponible sur le site du SBS.
 - SBS, " Promotin female entrepreneurship ", 3/2005, 14 pages, disponible sur le site
 - SBS " The Way Forward ".
- University of Luton www.luton.ac.uk.
 - Warwick Business School " Finance for Small and Medium-Sized Enterprises, A Report on the 2004 UK Survey of SME Finances " Dr Stuart Fraser, Center for Small and medium-Sized Enterprises, 5/2005, 39 pages + annexes, disponible à l'adresse www.wbs.ac.uk/downloads/research/sme-report-may-2005.cfm.

Europe

- Site de la Commission européenne : www.europa.eu.int. On y trouvera notamment :
 - Le rapport " Bonnes pratiques dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin " réalisé par l'IFGH, 2002, en français (projet Best).
 - Le compte rendu de la réunion du Forum européen sur l'entrepreneuriat féminin (28/3/2003), en français (projet Best).
 - Le rapport réalisé par le CEEDR (UK), et commandé par la DG Entreprise de la Commission européenne : " Young Entrepreneurs, Women Entrepreneurs, Ethnic Minority Entrepreneurs and Co-Entrepreneurs in the European Union and Central and Western Union ", Mars 2000, 154 pages consultable par le lien ci-dessous : www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-studies/entrepreneurs-young-women-minorities.htm.
 - Le plan d'action 2004 : l'agenda européen de la politique de l'esprit d'entreprise (11/2/04, 22 pages).
 - Une nouvelle section sur le site concernant les femmes entrepreneurs (en anglais seulement) : www.europe.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft-women/women-dgentr-activités.htm.

- L'ouverture du nouveau " portail " de l'entrepreneuriat féminin (en anglais, opérationnel depuis le 7/1/2005). Ce portail encore incomplet, comprend 5 rubriques : organisations nationales de femmes entrepreneurs, organisations internationales de femmes entrepreneurs, réseaux de promotion de l'entrepreneuriat féminin, projets pour promouvoir les femmes entrepreneurs et l'entrepreneuriat féminin, événements relatifs à l'entrepreneuriat féminin :

www.europe.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft-women/women-dgentr-activites.htm.

- ProWomen : Réseau thématique représenté dans 16 régions européennes dont l'objectif est principalement l'échange de bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin dans les domaines de l'innovation : www.prowomen-eu.net.

International

- Banque Mondiale : " The gender dimension of Bank Assistance : an evaluation of results ". Adresse : www-wds.worldbank.org.
- GEM : études 2000 à 2004 disponibles sur le site de la Fondation Edwin Marion Kauffman : www.emkf.org et sur le site www.gemconsortium.org. Des études spécifiques pour plusieurs pays sont également disponibles (la France ne figure pas parmi eux).
- ILO (Organisation mondiale du travail) : on consultera sur ce site la section " Women's Entrepreneurship Development ", dans laquelle est présenté le projet WEDGE (Women's Entrepreneurship Développement and Gender Equality). Accessible à l'adresse : www.ilo.org.
- Nations Unies : First annual global entrepreneurship symposium : Minniti & Arenius, Women Entrepreneurship, avril 2003, 20 pages, accessible à l'adresse www.emkf.org.
- ICSB (International Council for Small Business) : cette organisation internationale, présente dans de nombreux pays, milite en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat dans le monde, orientée en direction des petites entreprises. Elle dispose sur son site d'un espace consacré spécifiquement aux femmes chefs d'entreprises et créatrices de petites entreprises (en anglais). On y trouvera notamment près de 40 études sur cette thématique à l'adresse : www.iscb.org/tools/wsbe.html.
- OCDE : site sur lequel on peut obtenir des informations payantes et commander des ouvrages sur l'entrepreneuriat : www.oecd.gov.

- Forme juridique : association loi de 1901
- Date de création : 1994
- Présidente : Gaétane Hazeran
- Implantation : Ile-de-France, Rhône-Alpes, PACA, Aquitaine, Picardie avec vocation à développement national
- Relations internationales : N/C
- Caractéristiques des membres : femmes créatrices et chefs d'entreprises juridiquement et financièrement responsables
- Nombre de membres actives : 202
- Objectifs : accompagner chaque membre dans sa démarche de création et de développement. Voir compléments sur le site Internet
- Activités : ateliers mensuels, accompagnement individuel, diners conférences, annuaire, partenaire BDPME pour les PCE.
Voir compléments sur le site Internet.
- Nombre de porteuses de projets en 2005 : 384 (pré-adhérentes). Nombre de créations dans l'année : 17
- Cotisation annuelle : 70 euros TTC (adhérentes) et 30 euros (pré-adhérentes)
- Budget annuel : 176.000 euros
- Site Internet : **www.actionelles.fr**
- Coordonnées Rhône-Alpes et siège social : Coordinatrice de réseau : Françoise LAFFAY
Présidente-déléguée Claire CATHEBRAS
66, rue Jean Mermoz, 69009 LYON / Tél. : 04 72 74 44 32 / Fax : 04 72 74 06 68 / Mel : rhonealpes@actionelles.fr
- Coordonnées Ile-de-France : Présidente déléguée Elisabeth BONASSI
14, rue Delambre - 75014 PARIS / Tél : 01 42 18 58 45 / Fax : 01 39 18 29 15 / Mel : idr@actionelles.fr
- Coordonnées PACA : Présidente déléguée Isabelle Crouzille
16, Place du Général de Gaulle - 13001 MARSEILLE / Tel 04 91 57 71 00 /Fax : 04 42 83 28 61 / Mel : paca@actionelles.fr
- Coordonnées Aquitaine : Présidente déléguée : Isabelle RANDRIANANTENEINA
Hôtel de ville – 3, rue Chartreze – 33170 GRADIGNAN / Tel : 05 56 89 51 87 / Fax : 05 57 96 68 97 / Mel : aquitaine@actionelles.fr
- Coordonnées Picardie : Présidente déléguée : Anne-Marie HOUARD
5 rue des Acacias – 60580 COYE LA FORET / Tel : 03 44 57 38 90 / Fax : 03 44 57 38 90 / Mel : picardie@actionelles.fr

AFFEE (Association des Femmes Entrepreneurs d'Europe)

- Forme juridique : association loi de 1901
- Date de création : 1989
- Présidente : Marie-Claude Augier
- Implantation : Sud-Ouest, Auvergne, avec vocation à une implantation nationale
- Relations internationales : partenariat avec des associations identiques en Europe, au Canada et dans les pays du Maghreb
- Caractéristiques des membres : femmes chefs d'entreprises, responsables juridiquement et financièrement de leur affaire
- Nombre de membres : 100
- Objectifs
 - Capitaliser les expériences de chacune des membres
 - Augmenter la représentativité dans les organismes socio-professionnels et institutionnels
 - Favoriser les échanges économiques entre les adhérentes
 - Aider à la création d'entreprises par les femmes - Marrainage
 - Créer des liens avec l'Europe
 - Rompre l'isolement que connaît tout chef d'entreprise
- Activités
 - Groupes de travail spécialisés : création d'entreprises, égalité professionnelle
 - Séminaires d'intérêt professionnel
 - Congrès et conférences
 - Adhérentes membres d'un Club local d'Investissement en faveur des femmes
- Cotisations : selon le nombre de salariés : de 70 à 300 €
- Site Internet : **www.afee.association.com**
- Coordonnées : TOULOUSE : Michèle Raymondis / Tél : 05 34 25 33 50 / Fax 05 34 25 33 55 / Mel : michele.raymondis@surplus-auto.fr

- Forme juridique : association loi de 1901
- Date de création : 1995
- Fondatrice et déléguée générale : Cristina Lunghi
- Implantation : Ile de France, Bretagne, Provence Alpes Côte d'Azur, Rhône-Alpes
- Relations internationales : partenariats avec des organisations féminines en Italie
- Caractéristiques des membres : femmes et hommes cadres, créatrices d'entreprise, étudiantes et étudiants
- Nombre de membres : 360
- Objectifs : Promotion des femmes dans la prise de décision. À cette fin :
 - Mieux appréhender le phénomène de la discrimination envers les femmes en France et en Europe
 - Faire évoluer les situations existantes pour la promotion des femmes dans le processus de décision par l'égalité professionnelle et la création d'entreprise. Voir compléments sur le site Internet.
- Activités :
 - Études comparatives européennes et projets expérimentaux type EQUAL
 - Formations spécifiques pour les femmes afin de les encourager à prendre place dans le processus de décision
 - Accompagnement des entreprises dans leur démarche égalité professionnelle ou label égalité. Voir compléments sur le site Internet.
 - Ouvrages et manifestations sur la problématique du rôle des femmes
 - Espace " créatrices d'entreprises ". Voir compléments sur le site Internet
- Cotisations : Membres adhérents : de 8 à 39 €. Membres sympathisants : 1 € symbolique
- Budget 2004 : 300.000 €
- Site Internet : **www.arborus.org**
- Coordonnées : PARIS : Cristina Lunghi / 7, square Desaix 75015 PARIS / Tél : 01 45 78 93 28 / Fax : 01 45 79 11 25
Mel : arborus@arborus.org
- Coordination Bretagne : Guy Scherer / Tél : 06 19 65 62 46 / Mel : bretagne@arborus.org
- Coordination PACA : Claire Desaint / Tél : 06 08 24 17 40 / Mel : paca@arborus.org
- Coordination Rhone Alpes : Malika Henneguiet / Tél : 06 11 22 41 98 / Mel : rhonealpes@arborus.org

BPW France (Business and Professional Women France)

- Forme juridique : Association
- Date de création : 1930
- Présidente : Nicole Pelletier-Perez
- Implantation : Paris, Tours, Le Mans, Chartres, Lille, Strasbourg, Toulon, Marseille,
- Relations internationales : Fédération internationale BPW, ONG ayant un Statut consultatif auprès des Nations Unies
- Caractéristiques des membres : Femmes de professions et profils divers
- Nombre de membres : 200
- Objectifs : Promouvoir les femmes dans le monde du travail et favoriser la création de réseaux d'échanges nationaux et internationaux
- Activités : Réseaux, colloques, activités auprès des pouvoirs publics. Membre de la Coordination Française auprès du Lobby Européen des Femmes (CLEF)
- Effectif annuel accompagné : environ 100
- Cotisations des membres : pas de droit d'entrée - cotisation annuelle membres : 70 €
- Cotisations annuelles pour les créatrices porteuses de projet : 70 €
- Budget 2005 : Cotisations adhérentes
- Site Internet : www.bpwfrance.org
- Coordonnées du siège : 32, Av de Metz - 17000 LA ROCHELLE / Tél : 05 46 68 04 16 / Mel : courrier@bpwfrance.org

- Forme juridique : association loi de 1901. Statut d'ONG reconnue par l'OCDE et l'UNESCO
- Date de création : 1998
- Présidente : Danièle Rousseau
- Implantation : France et Afrique Francophone
- Relations internationales : Partenariats avec Tsunami (Usa), Réseau femmes d'affaires du Québec, Réseau Bolivar des femmes entrepreneurs (Amérique Latine), Réseau MAILLAGE 55 Pays - 70 Associations. Voir compléments sur le site Internet
- Caractéristiques des membres : femmes et hommes dirigeants d'entreprises d'organismes publics ou privés, cadres supérieurs, et personnes en transition de carrières
- Nombre de membres : 600 actifs + 1430 membres sympathisants
- Objectifs : " Des Femmes pour faire progresser les Femmes ". Pour cela, Rassembler des Femmes et des Hommes ayant la responsabilité de diriger, le pouvoir de décider, la volonté de faire progresser la situation des Femmes dans l'économie en France et dans le Monde, et, Organiser un réseau de contacts et d'influence. Voir compléments sur le site Internet
- Activités : Business-Club, Diners-débats, ateliers et accompagnement pour les porteuses de projets, réunions d'échanges d'expérience. Actions de formation spécifiques (développement personnel). Missions à l'international et voyages découverte économique. Voir compléments sur le site Internet
- Effectif annuel accompagné : environ 180
- Cotisations des membres actifs : (cooptation 2 membres actifs) droit d'entrée : 170 € - cotisation annuelle membres actifs : 170 €
Membres sympathisants et créatrices (jusqu'à la création - 3 ans maximum) : aucun droit d'entrée à payer - cotisation annuelle 100 € (pas de droit de vote)
- Budget 2005 : 200.000 €
- Site Internet : **www.dirigeantes.com**
- Coordonnées : DIRIGEANTES : 4, rue Pitois 92800 PUTEAUX LA DÉFENSE / Tél / 01 41 38 81 33 / Fax : 01 45 06 45 39
Mel : info@dirigeantes.com / Présidente : danirouso@dirigeantes.com

EPWN (European Professional Women's Network)

- Forme juridique : Association
- Date de création : 1998 (pour Paris)
- Présidente : Marie-Claude Peyrache (Paris), Margaret Milan (Europe)
- Implantation : Paris, Sophia Antipolis
- Relations internationales : Amsterdam, Oslo, Stockholm, Bruxelles, Londres, Vienne, Milan, Genève, Madrid
- Caractéristiques des membres : Femmes cadres supérieurs, ouvertes sur l'international
- Nombre de membres : 2000
- Objectifs : Promouvoir le progrès professionnel des femmes, dans les entreprises et en tant que créatrices d'entreprise
- Activités : Think Tank, newsletter, déjeuners avec intervenants, soirées " networking ", ateliers de développement personnel, réseau en ligne, initiation à l'entrepreneuriat...
- Effectif annuel accompagné : 2000 en Europe, 700 en France dont environ 30% d'entrepreneurs et indépendants
- Cotisations des membres : pas de droit d'entrée - cotisation annuelle membres 100 €
- Cotisations annuelles pour les créatrices porteuses de projet : 100 €
- Budget 2004 : 100 000 €
- Site Internet : www.EuropeanPWN.net
- Coordonnées : Mel : administration@europeanPWN.net

FCEM (Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales)

- Forme juridique : association loi de 1901
- Date de création : 1945
- Présidente : Marie-Christine Oghly
- Implantation : Nationale, 40 délégations
- Relations internationales : Femmes chefs d'entreprises mondiales (Fcem), organisation présente dans 52 pays dans le Monde

Voir compléments sur le site Internet : www.fcem.org

- Caractéristiques des membres : femmes chefs d'entreprises de fait et de droit
- Nombre de membres : environ 2000
- Objectifs
 - Promouvoir les Femmes Chefs d'Entreprises dans la vie économique
 - Assurer la représentation des F.C.E. dans les mandats patronaux
 - Encourager et conseiller les créatrices d'entreprises
 - Informer et former les F.C.E.
 - Etre une force de proposition
 - Création de liens privilégiés, amicaux et professionnels

Voir compléments sur le site Internet

- Activités
 - Réunions et conférences
 - Séminaires, congrès et forums
 - Marrainage (mentorat)

Voir compléments sur le site Internet

- Cotisations : N/C
- Budget : N/C
- Site Internet : www.fcem.net
- Coordonnées : Marie-Christine Oghly / 4, Rue de la Sablière 92634 GENNEVILLIERS Cedex / Fax 01 40 80 09 66 /
Mel : mariechristine.oghly@wanadoo.fr

FWE Europe (Forum for Women Entrepreneurs and Executives)

- Forme juridique : Association Loi 1901
- Date de création : 2002 en Europe ; 1993 aux Etats-Unis.
- Présidente : Susan Lucas- Conwell
- Implantations : Etats-Unis, Canada, Europe
- Relations internationales : The Global Women Inventors Network, European Business Angels Network,
- Caractéristiques des membres : Des femmes entrepreneurs (PDG/ Fondatrices) en technologies ou sciences de la vie, des femmes managers dans des start-ups, des femmes cadres dirigeants de multinationales intéressées par l'entrepreneuriat ; ainsi que des entreprises de services accompagnant les femmes et les créateurs d'entreprises dans leur démarche et des consultants fournissant des services stratégiques aux entreprises débutantes.
- Nombre de membres : 1500 dont 250 en Europe
- Objectifs : " Powerful access to powerful networks " Le Forum for Women Entrepreneurs (FWE) est une association internationale d'entrepreneurs, d'investisseurs et de prestataires de service qui travaillent ensemble pour accélérer la croissance et assurer la pérennité des sociétés créées par des femmes dans les domaines de la haute technologie et des sciences de la vie.
- Activités :
 - Réseau sectoriel – opportunités de développer son réseau dans un secteur spécifique comme les technologies de l'information ou les biotechnologies.
 - Rencontres européennes à l'occasion de symposiums ou de forums (Londres, Barcelone, Oslo,...)
 - Ateliers de l'entrepreneur : petits- déjeuners mensuels invitant un expert sur un thème technique (juridique, fiscal, marketing,etc.) lié à l'entrepreneuriat
 - Rencontres & Echanges trimestriels: sous forme de petits-déjeuners sectoriels, book-club ou dîners pour développer son réseau.
 - " Invest in Successful Women " une conférence annuelle qui réunit entrepreneurs, investisseurs et experts pour mettre à disposition les outils nécessaires au démarrage ou à la croissance de jeunes entreprises innovantes.
- Effectif annuel accompagné : N/A
- Cotisations des membres : Cotisation annuelle individuelle : 200 euros ; Cotisation Entreprise : 500 euros
- Budget 2004 : NC
- Site Internet : www.fwe.org
- Coordonnées : susanlc@fwe.org - FWE Europe – 10, rue Chardin 75016 Paris

L'entreprise au féminin*

- Forme juridique : association loi de 1901
- Date de création : 1999
- Présidente : Françoise Paccaud
- Implantation : Paris, Région parisienne
- Relations internationales : N/C
- Caractéristiques des membres : femmes chefs d'entreprises de 0 à 50 salariés (y compris professions libérales)
- Nombre de membres : 200
- Objectifs
 - Echanges d'expériences entre femmes chefs d'entreprises
 - Aide à la création et au développement des entreprises
 - Promotion de l'entrepreneuriat féminin
 - Réseau d'affaires
 - Ouverture internationale
- Activités
 - Réunions mensuelles " à thème "
 - Cycles de formation sur le développement commercial
- Cotisations : 155 €
- Budget : N/C
- Site Internet : en projet
- Coordonnées: Françoise Paccaud / 17, rue de la Ville-l'Evêque 75008 PARIS / Tél : 06 03 36 15 08 / Fax : 01 47 41 42 11 75
Mel : lentreprise@laposte.net

* Informations décembre 2004

Les Inform'elles

- Forme juridique : statut informel : volontairement, les Inform'elles fonctionnent sans forme juridique, mais ont une " charte " de fonctionnement signée en décembre 2004
- Date de création : janvier 2002
- Co-animation de ce réseau par : Dahlia Facq (CCREA)
- Implantation : Grenoble et sa région
- Relations internationales : non
- Caractéristiques des membres : femmes créatrices ou en mûrissement de leur projet de création
- Nombre de créatrices : 65 (48 à fin 2004)
- Objectifs : Réseau d'échanges et de rencontres de femmes créatrices
- Activités : Animation hebdomadaire de ce réseau autour d'un repas et conférence mensuelle à la CCI de Grenoble. Coopération avec le " Club des créatrices "
- Effectif annuel accompagné : Il ne s'agit pas d'accompagnement mais de participation volontaire à un réseau qui vit de ce que chaque créatrice s'engage à apporter conformément à la Charte dont elles sont toutes signataires
- Cotisations des membres : pas de droit d'entrée - pas de cotisation annuelle des membres
- Cotisations annuelles pour les créatrices porteuses de projet : néant
- Budget 2005 : néant
- Site Internet : contacts directs par adresses e-mail personnelles
- Coordonnées : Dahlia Facq : Tél : 06 71 08 04 53
Bureau-club Berriat : 155/157, Cours Berriat à Grenoble
Adresse postale : 38028 GRENOBLE CEDEX

- Forme juridique : Association de loi 1901
- Partenaires institutionnels : Mairie de Paris, Conseil Régional Ile de France, Caisse des dépôts
- Date de création : mars 2005
- Présidente : Frédérique Clavel
- Déléguée Générale : Marie Christine Bordeaux
- Comité de pilotage co-présidé par Daniel Lebègue et Philippe Lemoine
- Comité de sélection présidé par Margaret Milan
- Implantation : Paris
- Relations internationales : AFEM (Maroc)
Kagider (Turquie)
- Caractéristiques des membres : femmes créatrices d'entreprise, partenaires privés et publics
- Objectifs : Accompagnement structuré et hébergement d'entreprises en création fondées par des femmes dans le secteur des services innovants. Essaimage national et international.
- Activités :
 - Pré-incubation : 3 mois pour construire le projet
 - Incubation hébergée ou non, à partir de 6 mois pour démarrer l'activité
- Participation financière :
 - à partir de 500 € forfaitaires pour 3 mois d'accompagnement en pré-incubation
 - à partir de 400 € par mois pour l'incubation hébergée
 - à partir de 200 € par mois pour l'incubation non hébergée
- Budget 2005 : 200 000 €
- Site Internet : www.parispionnieres.org
- Coordonnées : contact@parispionnieres.org