



LES CREATRICES D'ENTREPRISE

Les principaux points

- Les femmes créent principalement dans les activités de commerce de détail (21 %) et de services aux entreprises (21 %).
- Certains secteurs d'activité sont plus féminisés que d'autres. C'est le cas notamment des services personnels (coiffure, soins du corps...) et de la santé où les femmes sont plus nombreuses que les hommes.
- 14 % des femmes étaient « inactives » avant la création, c'est-à-dire qu'elles étaient en grande partie mères au foyer ou retraitées. Pour beaucoup d'entre elles, la création d'entreprise est un moyen de retourner sur le marché du travail.
- L'objectif des femmes est avant tout d'assurer leur propre emploi (72 %). Dans ce domaine, elles sont plus nombreuses que les hommes (62 %). Cela est confirmé par le fait que peu de femmes prévoient d'employer des salariés dans les mois qui suivent l'enquête (16 %) et qu'elles sont moins nombreuses que les hommes à faire une telle déclaration (27 %).
- 46 % des femmes sont diplômées de l'enseignement supérieur ; c'est plus que pour les hommes (34 %). La répartition par niveau de formation explique en grande partie que les femmes créent plus fréquemment que les hommes dans les activités de la santé (médecins, infirmières, kinésithérapeutes...).
- Plus de la moitié des femmes ont eu besoin de moins de 8 000 € de capitaux pour mettre en place leur projet.
- Lors du montage du projet, les femmes sont principalement assistées dans leurs démarches par des organismes spécialisés dans la création d'entreprise (34 %) et par le conjoint (30 %).

En 2006, les femmes représentaient 29 % des créateurs d'entreprise. Au regard des huit années précédentes, la proportion de femmes parmi les créateurs est restée quasiment stable. Toutefois, en raison de la forte hausse du nombre de créations d'entreprises depuis 2003, les femmes sont de plus en plus nombreuses à créer une entreprise (le nombre de créations dans leur ensemble battant chaque année un nouveau record).

■ ■ ■ Un fort attrait pour certains secteurs d'activité

Les femmes créent principalement leur entreprise dans les secteurs du commerce de détail (22 % des créations) et des services aux entreprises (21 %). Par ailleurs, les créations sont également nombreuses dans les activités de la santé (11 %) et des services aux personnes qui comprennent notamment les activités de coiffure, d'esthétique et autres soins du corps (11 %).

Tableau n°1 : Les entreprises artisanales et les secteurs d'activité

	Répartition des entreprises créées par des femmes	Sexe-ratio* par secteur d'activité
Industrie	6 %	35
<i>Dont industrie agro-alimentaire</i>	1 %	41
Construction	5 %	6
Commerce et réparation automobile	1 %	17
Commerce de gros et intermédiaires	6 %	33
Commerce de détail	22 %	68
Transports	1 %	18
Activités financières	1 %	33
Immobilier	4 %	37
Services aux entreprises	21 %	42
<i>Dont conseils et assistance</i>	14 %	39
<i>Dont services opérationnels</i>	6 %	39
Hôtels, cafés et restaurants	7 %	69
Activités récréatives, culturelles et sportives	3 %	48
Services personnels	11 %	298
Education	2 %	79
Santé	11 %	168
Ensemble des entreprises	100 %	40

Les femmes sont nettement moins nombreuses que les hommes parmi les créateurs d'entreprise. Cependant, certains secteurs d'activité sont bien plus féminisés que d'autres. Parmi les secteurs les plus marqués se trouvent les services personnels et la santé pour lesquels les femmes sont nettement plus nombreuses que les hommes (sexe-ratio de 298 et 168). Pour d'autres secteurs, la création par les femmes est très importante sans pour autant égaliser ou dépasser le nombre de créations par les hommes : commerce de détail, services opérationnels, hôtels, cafés et restaurants et éducation. Pour finir, certains secteurs tels que la construction, le commerce et réparation automobile et les transports sont très peu attractifs pour les femmes.

* Le sexe-ratio est un indicateur statistique qui présente le nombre de créations qui sont le fait des femmes pour 100 créations réalisées des hommes. Exemple, le secteur de l'industrie enregistre un indicateur de 35 : pour 100 hommes qui ont créé une entreprise, on compte 35 créatrices.

En raison d'un grand nombre de créations féminines dans des activités de type commerce ou, plus généralement, dans des activités à destination du grand public (services personnels, santé...), il est logique de constater que les femmes ont majoritairement une clientèle de particuliers (71 %) et très souvent de proximité (63 %).

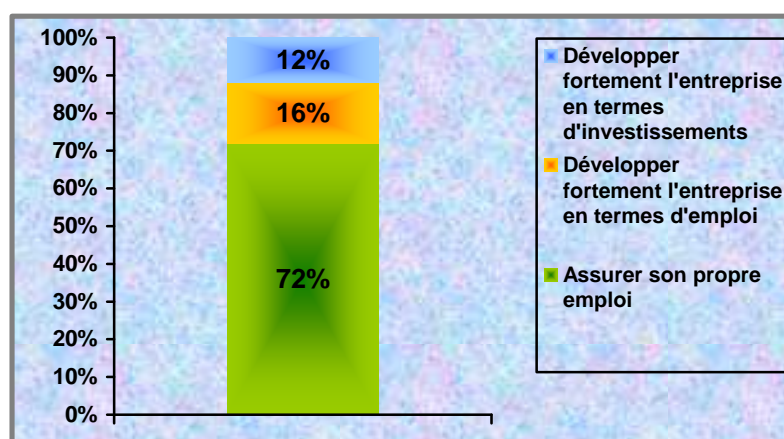
■ ■ ■ L'emploi salarié est peu important

L'emploi salarié est peu fréquent au démarrage des entreprises : seules 12 % des entreprises créées par des femmes emploient des salariés dont 9 % en emploient un seul. Dans ce domaine, les femmes sont proches des hommes (15 % d'entre eux emploient des salariés dont 11 % emploient un seul salarié).

La taille moyenne des entreprises dirigées par des femmes est de 2,1 salariés. Les unités dirigées par les hommes sont sensiblement plus importantes en taille (2,5 salariés par entreprise).

Par ailleurs, peu de femmes déclarent vouloir accroître leur effectif salarié dans les mois qui suivent la création (16 %). Les hommes, bien qu'également minoritaires à se déclarer comme potentiels recruteurs, sont plus nombreux à déclarer cette ambition (27 %).

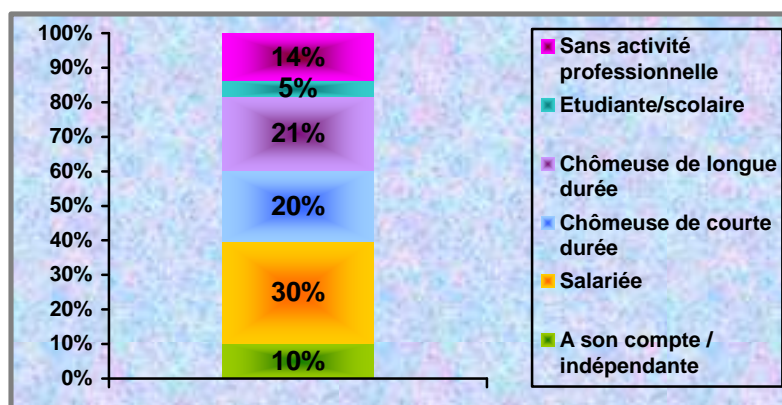
Graphique n°1 : Principal objectif des créatrices



■ ■ ■ La création d'entreprise comme moyen de retour sur le marché du travail

Durant la période qui a juste précédé la création, trois femmes sur cinq n'avaient pas d'activité professionnelle, dont 41 % étaient demandeuses d'emploi et 14 % étaient « inactives » (une grande partie de femmes au foyer).

Graphique n°2 : Statut professionnel juste avant la création

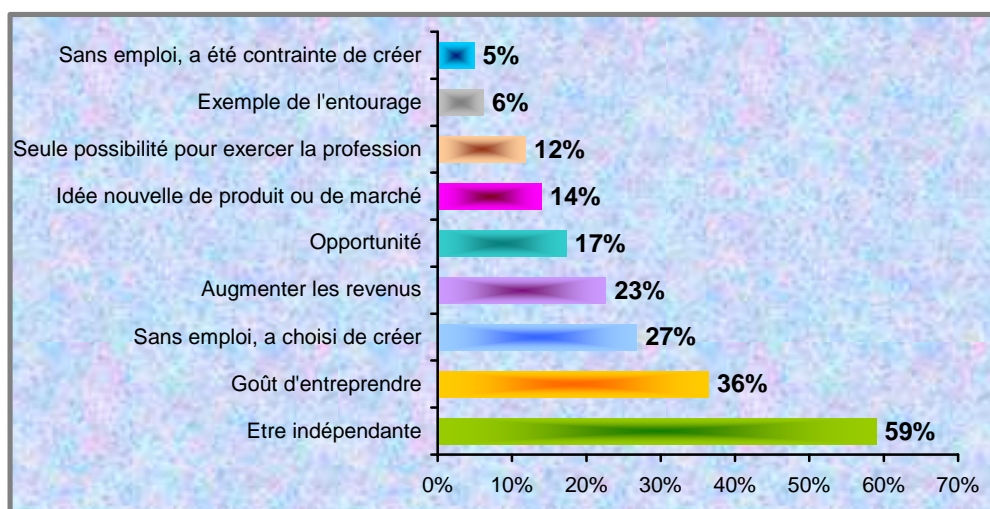


Un certain nombre de ces femmes « inactives » se repositionnent sur le marché du travail par l'intermédiaire de la création. Elles créent plus fréquemment dans des activités qu'elles pensent plus faciles pour le repositionnement professionnel tel que le commerce de détail et pour lesquelles les barrières à l'entrée sont inexistantes ou presque. Elles sont d'ailleurs plus nombreuses à pratiquer une activité différente de celles pour lesquelles elles ont déjà eu une expérience professionnelle.

Bien qu'une large majorité de femmes se trouvaient sans emploi avant la création, très peu déclarent s'être senties obligées de créer au regard de leur situation (5 %). Cependant, 27 % des femmes ont fait le choix de créer leur entreprise au regard de leur situation, pour elles, la création n'est pas vécue comme une obligation.

Les motivations le plus souvent avancées sont des motivations directement liées à une véritable volonté d'entreprendre : le désir d'être indépendant (59 %) et le goût d'entreprendre (36 %). L'intérêt financier n'est donc pas la principale raison de la création puisque seulement 23 % des femmes se déclarent concernées par cette motivation.

Graphique n°3 : Les motivations citées par les nouvelles dirigeantes



■ ■ ■ L'expérience de l'activité et de l'entrepreneuriat

Peu de femmes avaient une connaissance de l'entrepreneuriat avant de monter leur projet d'entreprise : seules 18 % avaient déjà créé ou repris une entreprise dans le passé. Une femme sur dix était déjà indépendant, chef d'entreprise salariés ou conjoint collaborateur durant la période qui a juste précédé la création.

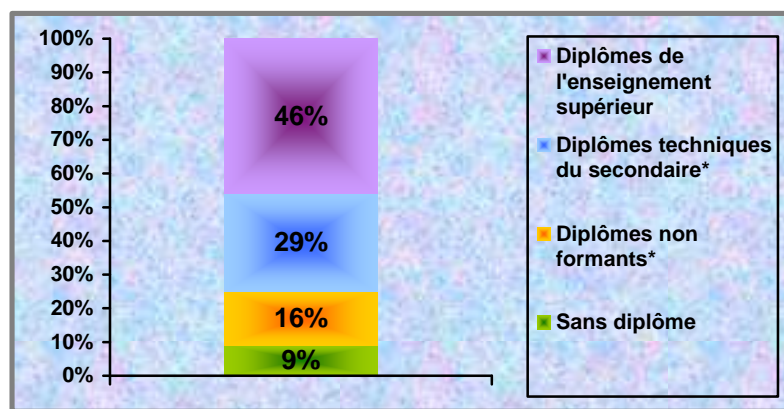
Tout comme pour les femmes, l'expérience entrepreneuriale préalable à la création est minoritaire chez les hommes. Cependant, ils sont plus nombreux dans cette situation (30 % avaient déjà créé ou repris une entreprise dans le passé et 17 % étaient déjà chefs d'entreprise salariés juste avant la création).

Un peu plus de la moitié des femmes qui ont déjà exercé une activité professionnelle pratiquent une activité différente de celle de leur expérience professionnelle antérieure (52 %). Cette caractéristique est sensiblement moins fréquente chez les hommes : 48 % d'entre eux se déclarent dans cette situation.

■ ■ ■ Près de la moitié des créatrices sont diplômées de l'enseignement supérieur

Près de la moitié des créatrices sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur et près de trois sur dix sont titulaires d'un diplôme technique de l'enseignement secondaire tel que les CAP/BEP ou les Bacs professionnels et technologiques.

Graphique n°4 : Niveau de diplôme le plus élevé des dirigeantes



* Diplômes non formants : CEP/BEPC et Bac généraliste

Diplômes techniques du secondaire : CAP, BEP, Bac professionnel et Bac technologique

Les créatrices sont plus souvent titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur (46 %) que les hommes. Cela explique en partie la présence plus importante des femmes dans le secteur de la santé (infirmières, médecins, kinésithérapeutes...).

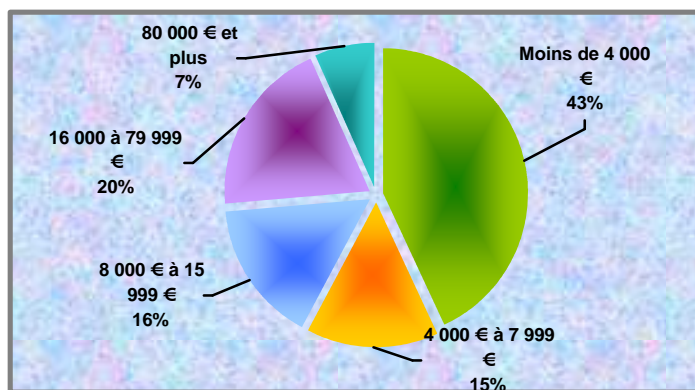
Lorsqu'elles ont suivi ce type de formation, elles sont principalement titulaires d'un diplôme universitaire de 2^{ème} ou 3^{ème} cycle (54 % des diplômées de l'enseignement supérieur). D'autre part, 39 % sont titulaires d'un diplôme universitaire général ou technique de 1^{er} cycle (y compris des diplômes formant à des métiers de la santé tel que le diplôme d'infirmière).

Du fait de leur formation, ces femmes sont plus nombreuses que leurs consœurs moins diplômées à créer dans des activités réglementées par des ordres pour lesquelles un diplôme est impératif, comme dans les activités de la santé (infirmières, médecins...) ou les activités de conseils et assistance (activités juridiques, experts-comptables ou architectes).

■ ■ ■ Autour du financement du projet

Plus de la moitié des femmes ont réuni moins de 8 000 € de capitaux initiaux* pour mettre en place leur projet, dont 26 % ont réuni moins de 2 000 €. Par ailleurs, 7 % d'entre elles ont réuni au moins 80 000 €. Les besoins en capitaux initiaux dépendent fortement du secteur d'activité dans lequel se crée l'entreprise et de l'ambition du projet. Toutefois, les capitaux initiaux réunis par les femmes sont plus souvent de petite taille que ceux des hommes (43 % des femmes ont réuni moins de 4 000 € contre 35 % des hommes). En revanche, elles sont proportionnellement aussi nombreuses à avoir réuni des capitaux fortement élevés (8 % des hommes ont réuni 8 000 € ou plus).

Graphique n°5 : Montant des capitaux initiaux



Environ un tiers de créatrices utilisent uniquement leurs ressources personnelles (y compris celles des associés ou celles des membres de leur famille) pour financer les capitaux initiaux nécessaires au montage de leur projet. Par ailleurs, 35 % d'entre elles déclarent avoir bénéficié de prêts bancaires dans le cadre de ces financements dont 23 % d'un prêt bancaire au titre de l'entreprise et 16 % d'un prêt bancaire en leur nom propre. L'accès à l'emprunt bancaire est aussi fréquent pour les hommes que pour les femmes (37 % des hommes déclarent être concernés). Cependant, les femmes déclarent un peu moins souvent avoir contracté un emprunt au titre de l'entreprise (23 % contre 27 pour les hommes).

Outre les emprunts bancaires, 11 % des femmes déclarent avoir bénéficié d'autres types d'emprunts tels que les avances remboursables ou les prêts à taux zéro.

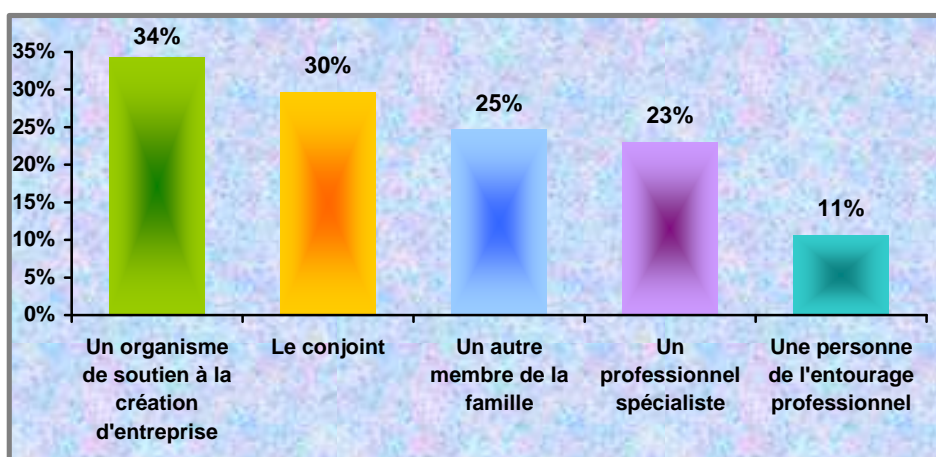
* Dans cette note, sont qualifiés de capitaux initiaux, l'ensemble des moyens qui ont été nécessaires pour démarrer l'activité de l'entreprise. Ils prennent en compte, les dépenses liées à l'installation, aux formalités de constitution de l'entreprise, aux achats de matériel, à la constitution des stocks, aux achats de brevets et licences, à la trésorerie, aux dépenses et investissements.

■ ■ ■ La mise en place du projet se fait principalement avec le soutien d'organismes spécialisés ou du conjoint

La préparation du projet de création est majoritairement préparée avec l'appui d'organismes ou de personnes (76 % des femmes). L'aide au montage du projet peut émaner de professionnels comme les organismes spécialisés dans la création d'entreprise (plateformes locales, chambres consulaires...) ou des professionnels spécialistes (avocats, experts-comptables...) : 46 % des femmes déclarent avoir bénéficié d'au moins d'un de ces deux types de soutien. Par ailleurs, le soutien peut également venir de personnes non professionnelles proches de la dirigeante comme le conjoint, des membres de la famille ou d'anciens collègues (48 %).

Il arrive même que les femmes déclarent avoir eu recours à la fois aux professionnels et à leur entourage.

Graphique n°6 : Appui au montage du projet



En matière d'appui au montage du projet, les hommes sont plus souvent isolés dans leurs démarches (32 % déclarent avoir monté le projet seuls contre 24 % des femmes). C'est dans les soutiens apportés par le conjoint et les organismes spécialisés que les hommes sont moins aidés que les femmes : 17 % déclarent avoir été assistés par leur conjoint et 30 % par un organisme spécialisé.

ANNEXE : source et bibliographie

■ ■ ■ Source des statistiques utilisées

Ces statistiques sont issues de l'enquête Sine de la génération 2006 (Insee). A partir des fichiers individuels mis à disposition par l'Insee, l'APCE procède à l'exploitation de ces fichiers et à l'analyse des statistiques qui en sont issues.

Le dispositif Sine (Système d'information sur les nouvelles entreprises) est un dispositif d'enquêtes réalisées par l'Insee, permettant de suivre une même génération d'entreprises durant cinq années par l'intermédiaire d'enquêtes quantitatives. Ces enquêtes se font par l'intermédiaire de questionnaires envoyés par courrier postal auprès de nouvelles entreprises (créations pures, reprises et réactivations) relevant des secteurs marchands non agricoles (industrie, commerce et services).

Le but de ce dispositif est d'apporter des informations sur les caractéristiques des nouvelles entreprises, les caractéristiques et les motivations de leur dirigeant, les moyens financiers mis en œuvre, le montage du projet et l'emploi salarié d'une part. D'autre part, ce dispositif permet également d'observer le développement des jeunes entreprises durant leurs premières années de vie et d'aborder la pérennité.

Pour chaque génération (entreprises créées durant le premier semestre d'une année donnée), le dispositif se compose de trois enquêtes :

- la première réalisée en septembre de l'année de création,
- la deuxième réalisée trois ans après la première (toujours en septembre),
- la troisième réalisée cinq ans après la première, soit deux ans après la deuxième (toujours en septembre).

Ces enquêtes sont réalisées auprès d'un échantillon représentatif d'entreprises créées le premier semestre d'une année donnée (échantillon qui représente 38 % des créations de la génération 2006). L'échantillon est tiré à partir des créations d'entreprises recensées dans le répertoire SIRENE. Il est stratifié à partir de trois critères : la région de création de l'entreprise, l'activité de l'entreprise (niveau agrégé des secteurs d'activité : nes16 et nes36) et l'origine de la création (création pure, reprise et réactivation), soit 476 strates.

Le dispositif est renouvelé tous les quatre ans. A ce jour, quatre générations d'entreprises ont été enquêtées : 1994, 1998, 2002 et 2006.

■ ■ ■ Bibliographie

APCE. La création d'entreprises en France en 2006 : profil des entreprises et de leur dirigeant, février 2008. Document en ligne, consulté le 1^{er} septembre 2009. <http://www.apce.com/cid73672/la-creation-d-entreprise-en-france-en-2006-profil-des-entreprises-et-de-leur-dirigeant.html?pid=264>.

APCE, TNS Sofres. L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises, novembre 2007. Document en ligne, consulté le 1^{er} septembre 2009. <http://www.apce.com/cid69916/l-entrepreneuriat-feminin-dans-les-pme-et-tpe-francaises.html?pid=266>