

Promouvoir l'entrepreneuriat féminin

à Londres, Paris, Francfort et Berlin



MOVING AHEAD

Table des matières

5	Avant-propos
6	Synthèse
8	Enjeu économique : une perspective transnationale
10	Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à envisager la création d'une entreprise
14	Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à créer ou développer une entreprise
17	Les difficultés auxquelles les femmes sont confrontées lors du développement d'une entreprise
20	Les initiatives pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin
23	Conclusion
24	Annexes



Notre étude

Notre étude se fonde sur le travail d'Alison Rose dans sa publication *Alison Rose Review* (mars 2019). Nous avons pour objectif d'élargir notre compréhension de l'entrepreneuriat féminin au-delà de Londres et du Royaume-Uni à d'autres grandes villes européennes. Cette étude combine des analyses de données détaillées, des enquêtes et des entretiens approfondis permettant de mettre en avant les expériences et les motivations des femmes dans chaque ville. A cette fin :

- ▶ Nous avons analysé plus de 70 rapports provenant de différents pays et différentes sources.
- ▶ Nous avons interrogé plus de 60 entrepreneures, des incubateurs d'entreprises, des réseaux de femmes et des sociétés de capital-risque dans les quatre villes suivantes : Londres, Paris, Francfort et Berlin (voir Annexe 1).
- ▶ Nous avons réalisé une enquête auprès d'un échantillon représentatif d'environ 1 600 femmes et hommes et hommes non-entrepreneurs dans ces quatre villes, et 400 femmes et hommes entrepreneurs (voir Annexe 2).

Notre étude compare les réponses des femmes et des hommes, qu'ils soient parents ou non, et créateurs de grandes ou de petites entreprises. Nous avons également analysé finement les réponses de participants ayant des revenus faibles (définis comme un revenu total du ménage inférieur à 30 000 € à Paris et Francfort/Berlin, et inférieur à 30 000 £ à Londres).

L'étude a été réalisée entre novembre 2019 et février 2020.

Avant-propos



“Donner du pouvoir aux entrepreneures sera bénéfique à l'ensemble de la société et favorisera la prospérité.”

L'entrepreneuriat est un puissant moteur de croissance économique. Les nouvelles entreprises stimulent l'innovation et jouent un rôle de catalyseur pour des produits et services nouveaux ou plus performants. Alors que les gouvernements cherchent les leviers de la reprise économique après le choc mondial dû à l'épidémie de COVID-19, l'énergie et le dynamisme des entrepreneurs seront plus que jamais des atouts cruciaux.

Les pays qui s'en sortiront le mieux seront ceux qui sauront pleinement bénéficier du potentiel économique des femmes entrepreneures. Au Royaume-Uni, en France et en Allemagne, les femmes ont deux fois moins tendance que les hommes à envisager de créer une entreprise, ou d'en créer effectivement une. Les femmes entrepreneures sont bien moins susceptibles que les hommes de maintenir une entreprise dans la durée ou d'atteindre un chiffre d'affaires supérieur à 1 000 000 €/£. L'effet cumulé de ces écarts résulte en un manque à gagner significatif pour l'économie.

Ce rapport résume les principaux constats de l'étude commandée par *Moving Ahead* au sujet des obstacles qui freinent l'entrepreneuriat féminin et les initiatives qui peuvent aider les entrepreneures à réussir. Nos enquêtes et entretiens approfondis ont permis d'établir une vue détaillée des besoins et des préoccupations des femmes à Londres, Paris et Francfort/Berlin. Nous remercions J.P. Morgan pour son soutien financier et McKinsey & Company pour avoir apporté son concours analytique.

Cette étude s'inscrit dans notre mission chez *Moving Ahead* : faire progresser l'inclusion et la diversité au travail. Nous soutenons de nombreuses entrepreneures par le biais de programmes structurés de mentorat. Les résultats de cette étude témoignent encore davantage de l'importance de ce travail.

Elle m'interpelle aussi personnellement, en tant qu'entrepreneure à impact social. J'ai fondé *Moving Ahead* il y a 6 ans, et reste déterminée à soutenir et apporter des solutions aux autres entrepreneures.

L'objectif que nous visons est simple et ambitieux. Si nous pouvons augmenter le nombre d'entrepreneures dans l'ensemble des secteurs et les aider à développer leur entreprise, nous constaterons des retombées positives dans l'ensemble de la société, grâce à une plus grande inclusion et diversité de pensée. Nous augmenterons également de façon significative la valeur économique et la prospérité.

Liz Dimmock
PDG et fondatrice de *Moving Ahead*

Synthèse

Enjeu économique : une perspective transnationale

- ▶ Environ un entrepreneur sur trois au Royaume-Uni, en France et en Allemagne est une femme. Sur 100 hommes, 15 sont entrepreneurs, contre 8 femmes sur 100.
- ▶ Un enjeu économique de 570 à 665 milliards d'euros, équivalant à une augmentation de 8 à 9 % de la production économique totale des trois pays, pourrait être généré si autant de femmes que d'hommes devenaient entrepreneurs, et si les entreprises dirigées par des femmes généraient autant de valeur en moyenne que celles dirigées par des hommes.

Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à envisager la création d'une entreprise

- ▶ Dans les quatre villes faisant l'objet de l'étude, seulement 26 % de femmes ont l'intention de créer une entreprise au cours des trois prochaines années, contre 34 % d'hommes. L'écart entre femmes et hommes en matière d'intention varie légèrement selon les villes. Ainsi, à Londres, les femmes sont autant susceptibles que les hommes d'exprimer une intention entrepreneuriale, tandis qu'à Francfort/Berlin, l'écart entre femmes et hommes est le plus important, avec 16 points de différence.
- ▶ Dans toutes ces villes, les personnes interrogées ayant des revenus plus faibles sont significativement moins susceptibles d'exprimer l'intention de créer une entreprise, mais l'écart entre les sexes reste similaire pour ce segment.
- ▶ Les deux principaux obstacles cités par les femmes sont un manque de confiance en soi et un accès limité à des sources de capitaux. Les femmes perçoivent ces obstacles de façon plus intense que les hommes. Celles vivant à Londres ont indiqué moins d'obstacles que celles vivant dans les autres villes considérées. Les femmes vivant à Paris étaient plus susceptibles de mentionner l'économie nationale et leur manque de réseau comme un obstacle, tandis que le financement et le manque de connaissances du secteur représentaient des préoccupations spécifiques aux femmes vivant à Francfort/Berlin.

Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à créer ou développer une entreprise

- ▶ Pour les femmes vivant dans les villes étudiées, l'indépendance constitue la motivation principale pour créer une entreprise. Pour les hommes, la raison la plus fréquemment mentionnée consiste en l'opportunité d'une meilleure rémunération. Cette motivation vient en deuxième position pour les femmes vivant à Londres, tandis que les femmes vivant à Paris souhaitent plus de flexibilité dans leur

emploi du temps pour s'occuper des responsabilités familiales. Les femmes vivant à Francfort/Berlin mentionnaient davantage le fait de solliciter des compétences et d'acquérir de l'expérience que les femmes vivant dans les autres villes.

- ▶ Les principaux obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneurs sont leurs réseaux professionnels limités, l'économie et le manque de compétences et de connaissances. Les entrepreneurs parents perçoivent plus d'obstacles que ceux qui ne sont pas parents, et ce, quel que soit le sexe ou le stade de développement de leur entreprise.
- ▶ Le financement constitue une préoccupation particulièrement importante pour les femmes entrepreneurs. 28% des femmes interrogées estiment ne pas savoir où obtenir un financement, contre 20% des hommes. Les femmes vivant à Londres étaient plus susceptibles de mentionner une méconnaissance en matière de sources de financement, tandis que les femmes vivant dans les autres villes étaient plus nombreuses à indiquer avoir fait une demande de financement, qui s'était vue rejetée par les investisseurs doutant de leurs capacités.

Les difficultés auxquelles sont confrontées les femmes lors du développement d'une entreprise

- ▶ Les femmes et les hommes entrepreneurs perçoivent plus d'obstacles à leur réussite future lorsque leur entreprise a déjà atteint une taille significative. La majorité des entrepreneurs vivant à Londres ont toutefois estimé que la plupart des obstacles étaient faibles. Les entrepreneurs vivant à Paris étaient plus particulièrement préoccupés par les réseaux limités, quand les obligations familiales constituaient une préoccupation spécifique aux femmes entrepreneurs. Les propriétaires d'entreprises développées à grande échelle vivant à Francfort/Berlin mentionnaient davantage le manque de confiance en soi comme un obstacle à leur réussite future.
- ▶ Les sources de financement utilisées par les entrepreneurs ne semblent pas varier de manière significative selon le stade de développement de leur entreprise. L'épargne personnelle est la source de financement la plus fréquemment citée par les entrepreneurs dans l'ensemble des villes, quelle que soit la taille de l'entreprise. Les propriétaires de petites entreprises indiquent davantage n'avoir besoin d'aucun financement.
- ▶ Les répondants qui possèdent des entreprises ayant atteint une taille significative privilégient les interventions d'aide à la constitution d'un réseau, quel que soit leur sexe. Dans l'ensemble des villes, les propriétaires d'entreprises de petite taille trouvent les avantages fiscaux utiles. Les entrepreneurs vivant à Londres considèrent également les réseaux numériques comme potentiellement utiles, tandis que les régimes d'assurance maladie sont très appréciés à Paris, Francfort et Berlin.

Les initiatives pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin :

- 01 Sensibiliser le public sur les biais inconscients et l'enjeu économique associé à l'entrepreneuriat féminin pour susciter une volonté de changement
- 02 Montrer des exemples divers et positifs d'expérience entrepreneuriale par des femmes, et promouvoir les figures féminines associées
- 03 Encourager le parrainage et le mentorat des entrepreneures
- 04 Encourager les investissements dans les entreprises dirigées par des femmes
- 05 Créer un guichet unique d'aide aux entreprises pour tous les entrepreneurs
- 06 Faciliter la constitution de réseaux dans des cadres plus conviviaux
- 07 Développer des systèmes avantageux pour les entrepreneurs, par exemple des avantages fiscaux, des régimes d'assurance maladie adaptés

Conclusion

La priorité absolue est d'encourager plus de femmes à franchir le pas de l'entrepreneuriat.

L'impact de l'épidémie de COVID-19 sur l'économie mondiale va exacerber de nombreuses difficultés auxquelles les femmes étaient déjà confrontées, comme le soulignent les résultats de notre étude. Les entrepreneures auront donc besoin de différents types de soutien pour développer leur entreprise, en particulier les femmes ayant des revenus plus faibles.

Il y a un besoin immédiat d'accélérer la mise en place des initiatives que nous avons identifiées.

Nous appelons les gouvernements et les différentes parties prenantes à nous rejoindre pour aider encore plus de femmes entrepreneures à exploiter pleinement leur potentiel.



Enjeu économique : une perspective transnationale

Les entrepreneurs sont essentiels à la santé et la prospérité économique du Royaume-Uni, de la France et de l'Allemagne. Les nouvelles entreprises stimulent l'innovation et jouent un rôle de catalyseur pour des produits et services nouveaux ou plus performants. Dans les villes les plus grandes et diverses telles que Londres, Paris, Francfort et Berlin, où différentes idées et interactions naissent chaque jour, l'activité entrepreneuriale a le potentiel d'accélérer de manière significative l'économie locale.

L'impact de l'entrepreneuriat pourrait être encore plus important si les femmes étaient aussi susceptibles que les hommes de créer et développer des entreprises. Une valeur ajoutée brute (VAB)¹ additionnelle de 570 à 665 milliards d'euros, équivalant à une augmentation de 8 à 9 % de la production économique totale, pourrait être générée dans les économies des trois pays considérés si autant de femmes que d'hommes devenaient entrepreneures, et si les entreprises dirigées par des femmes généraient en moyenne autant de valeur que celles dirigées par des hommes.

Le défi de la création de valeur

Moins d'un entrepreneur sur trois au Royaume-Uni, en France et en Allemagne est une femme. Sur 100 hommes, 15 sont entrepreneurs, contre seulement 8 femmes sur 100. L'écart entre les sexes varie légèrement selon le pays, mais le constat global reste similaire, comme indiqué dans le Tableau 1 :

- ▶ Le Royaume-Uni affiche le plus grand nombre d'entrepreneurs masculins (20 hommes sur 100), mais également le plus grand écart entre les sexes, avec seulement 9 entrepreneures sur 100.
- ▶ En Allemagne, 16 hommes sur 100 sont entrepreneurs, contre 9 femmes sur 100.
- ▶ La France affiche le plus faible pourcentage d'entrepreneurs avec 10 hommes sur 100 et 7 femmes sur 100.

Les entreprises dirigées par des femmes génèrent 40 % de valeur économique en moins que celles dirigées par des hommes, car elles sont généralement plus petites et dans des secteurs moins productifs et de plus faible valeur économique

L'opportunité de création de valeur

La valeur additionnelle qui pourrait être capturée en développant l'entrepreneuriat féminin a deux origines : d'une part, une augmentation du nombre de femmes créant de nouvelles entreprises, et d'autre part une augmentation de la valeur générée par les entreprises créées par des femmes. Les projections font l'hypothèse que les femmes de chaque pays pourraient connaître la même réussite que les hommes en matière de nombre d'entreprises créées et de production moyenne.

Pour chaque pays, nous avons calculé la valeur additionnelle des entreprises créées par des femmes en supposant que la part de la population active possédant une entreprise était identique pour les femmes et les hommes, et que chaque entreprise générait la valeur ajoutée brute (VAB) moyenne d'une entreprise dirigée par une femme. Nous avons également calculé la valeur additionnelle générée si les entreprises nouvelles et existantes dirigées par des femmes généraient la même VAB moyenne qu'une entreprise dirigée par un homme. Ces deux valeurs ont été ensuite revues à la baisse pour refléter une certaine perturbation de l'activité économique et une cannibalisation au sein des secteurs.

Malgré les différences dans le nombre de nouvelles entreprises dirigées par des femmes et la valeur moyenne des entreprises, l'impact supposé pour les trois pays est remarquablement similaire : une augmentation de 8 à 9 % de la valeur économique totale, comme indiqué dans le Tableau 2.

L'augmentation supposée de la valeur varie légèrement selon les villes, bien que l'augmentation globale moyenne soit similaire à la valeur moyenne à l'échelle du pays, située autour de 8 à 10 %. Londres pourrait afficher l'augmentation la plus importante en matière de production totale de la ville, reflétant un nombre important de petites entreprises existantes actuellement dans le Grand Londres. Paris connaîtrait la plus faible augmentation en matière de production totale de la ville. Cependant, Londres et Paris représentent une part plus élevée de la valeur nationale britannique et française en jeu, par rapport à Francfort et Berlin, car l'économie allemande est moins concentrée autour de villes individuelles.

¹ La valeur ajoutée brute correspond à une mesure de la production de biens et services produits dans une économie au cours d'une certaine période.

Tableau 1

Sur 100 hommes au Royaume-Uni, en France et en Allemagne, 15 sont entrepreneurs, contre seulement 8 femmes sur 100.

▼▲ Différence femmes-hommes

Population à chaque étape entrepreneuriale, en %

Parcours entrepreneurial		Population totale âgée de 18 à 64 ans	Intention	Création	Maintien	Développement
Royaume-Uni	Hommes	100	9	11	9	2
	Femmes	100	5	5	4	1
			-44	-51	-55	-79
France	Hommes	100	24	7	3	2
	Femmes	100	14	5	2	2
			-40	-24	-42	-19
Allemagne	Hommes	100	8	7	9	2
	Femmes	100	4	3	6	1
			-57	-50	-41	-58

REMARQUE : Intention : intention de créer une entreprise au cours des 3 prochaines années ; Création : gestion d'une entreprise de moins de 3 ans et demi ; Maintien : gestion d'une entreprise de plus de 3 ans et demi ; Développement : gestion d'une entreprise dont le chiffre d'affaires dépasse 1 000 000 €/€ Totaux généraux (15 entrepreneurs et 8 entrepreneuses par population de 100 personnes) = nombre moyen d'entreprises créées et maintenues au Royaume-Uni, en France et en Allemagne par des hommes et des femmes respectivement.

SOURCES : rapport du Global Entrepreneurship Monitor de 2018 ; rapport d'Alison Rose sur l'entrepreneuriat féminin (*Alison Rose Review of Female Entrepreneurship*)

Tableau 2

Une valeur économique additionnelle de 570 à 665 milliards d'euros pourrait être générée si les femmes créaient des entreprises et les développaient au même rythme que les hommes

Enjeu économique à l'échelle du pays

	Royaume-Uni	France	Allemagne	Total	
Enjeu économique	165 à 200 m ^{ds} de livres sterling/ 185 à 230 m ^{ds} d'euros ²	145 à 160 m ^{ds} d'euros	240 à 275 m ^{ds} d'euros	570 à 665 m ^{ds} d'euros	Valeur en jeu en pourcentage de la production annuelle à des fins de comparaison
% de la production totale du pays ¹	8-10	7-8	8-9	8-9	
% de la production totale du pays par PME ¹	31-38	16-17	17-19	19-22	

Enjeu économique à l'échelle d'une ville³

	Londres	Paris	Francfort	Berlin	Total	
Enjeu économique	50 à 60 m ^{ds} de livres sterling / 55 à 70 m ^{ds} d'euros ²	45 à 50 m ^{ds} d'euros	20 à 25 m ^{ds} d'euros	10 à 15 m ^{ds} d'euros	130 à 155 m ^{ds} d'euros ⁵	Valeur en jeu en pourcentage de la production annuelle à des fins de comparaison
% de la production totale d'une ville ¹	11-13	6-7	8-10	8-9	8-10	
% de la valeur en jeu totale pour le pays	30	31	8 ⁴	4 ⁴	23	

1 Mesurée en valeur ajoutée brute (VAB) pour indiquer la valeur des biens et services produits dans une économie

2 Calcul effectué en appliquant un taux de change de 1,1391 € par livre sterling

3 Grand Londres, région parisienne, région Rhin-Main, ville-État de Berlin

4 Plus faible magnitude, car l'économie allemande est moins concentrée autour de villes individuelles

5 Le total ne correspond pas car les valeurs sont arrondies

SOURCES : Global Entrepreneurship Monitor ; Banque mondiale ; ONS ; Chambre des communes du Royaume-Uni ; INSEE ; Statistisches Bundesamt ; IfM Bonn ; KfW ; ofx.com ; analyse d'équipe

Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à avoir l'intention de créer une entreprise

Même avant la dégradation des conditions économiques liée à l'épidémie de COVID-19, moins de femmes que d'hommes se disaient susceptibles de franchir un jour le pas de l'entrepreneuriat. Dans les quatre villes étudiées, seulement 26 % de femmes ont indiqué avoir l'intention de créer une entreprise au cours des trois années à venir, contre 34 % d'hommes (Tableau 3). Le nombre de répondants ayant des revenus plus faibles et exprimant leur intention de créer une entreprise est significativement plus bas dans l'ensemble des villes (Tableau 4), mais l'écart entre femmes et hommes reste globalement similaire. L'écart entre les sexes en matière d'intention varie le plus par ville :

- ▶ À Londres, autant de femmes que d'hommes disent avoir l'intention de créer une entreprise (31%) et ont des niveaux de confiance similaires dans le fait qu'ils développeront un jour une entreprise (même s'il faut noter un modeste écart de 4 points pour les femmes britanniques de manière générale). De même, hommes et femmes sont aussi nombreux à affirmer n'avoir jamais envisagé de créer une entreprise. La même tendance, sans écart significatif entre les sexes, reste visible chez les répondants ayant des revenus plus faibles à Londres. Les niveaux de revenus ont toutefois un impact significatif sur l'intention. Les femmes ayant des revenus plus faibles sont 41 % moins susceptibles d'avoir l'intention de créer une entreprise au cours des trois prochaines années que les autres femmes interrogées à Londres, et elles sont 74 % plus susceptibles de n'avoir jamais envisagé de créer une entreprise.
- ▶ On constate un écart entre les sexes encore plus évident à Paris, avec 28 % de femmes contre 37 % d'hommes qui affirment avoir l'intention de créer une entreprise au cours des trois prochaines années, soit une différence de 9 points. Un tiers des femmes interrogées (33%) n'ont jamais envisagé de créer une entreprise contre 26% pour les hommes, soit un écart entre les sexes de 7 points. Les écarts entre les sexes en matière d'intention à Paris sont similaires chez les répondants ayant des revenus plus faibles, mais les femmes ayant des revenus plus faibles sont 45 % moins susceptibles que les autres femmes d'avoir l'intention de créer une entreprise, et 58 % moins susceptibles de n'avoir jamais envisagé d'en créer une.

- ▶ À Francfort/Berlin, l'écart entre les sexes est plus grand qu'à Londres ou Paris. Seulement 19 % de femmes ont l'intention de créer une entreprise au cours des trois prochaines années, contre 35 % d'hommes, soit un écart de 16 points. De plus, 29 % de femmes ont déjà envisagé de créer une entreprise mais n'ont pas confiance dans le fait de pouvoir la développer, contre 19 % d'hommes. L'écart en matière de confiance est donc de 10 points. Fait intéressant, les femmes vivant à Francfort sont deux fois plus susceptibles que les femmes vivant à Berlin de manquer de confiance à l'idée de créer une entreprise. Les femmes vivant à Francfort/Berlin sont plus nombreuses (36 %) à affirmer n'avoir jamais envisagé de créer une entreprise, contre 28 % d'hommes. Cet écart entre les sexes de 8 points est le plus important parmi toutes les villes à l'étude. L'intention et la confiance sont plus faibles chez les femmes et les hommes ayant des revenus plus faibles. L'écart entre les sexes se réduit à 11 points en matière d'intention de créer une entreprise, et à 1 point quand il s'agit de n'avoir jamais envisagé de créer une.



Tableau 3

En moyenne, 26 % des femmes contre 34 % des hommes indiquent avoir l'intention de créer une entreprise au cours des 3 prochaines années dans les quatre villes étudiées

Question posée : Avez-vous déjà envisagé de créer votre propre entreprise ?



SOURCE : McKinsey Consumer Survey (échantillon de non-entrepreneurs), janvier 2020

Tableau 4

Dans les quatre villes, les écarts entre les sexes parmi les répondants ayant des revenus plus faibles suivent la même tendance que pour l'ensemble des répondants

■ Femmes ayant des revenus plus faibles
■ Hommes ayant des revenus plus faibles



1 FRPF : femmes ayant des revenus plus faibles / HRPF : hommes ayant des revenus plus faibles

SOURCE : McKinsey Consumer Survey (échantillon de non-entrepreneurs), janvier 2020

Les facteurs qui incitent ou dissuadent les femmes à l'entrepreneuriat

Les deux principaux obstacles cités par les femmes sont un manque de confiance en soi et un accès limité à des sources de financement. Les femmes perçoivent de façon plus intense ces obstacles que les hommes. À l'inverse, les facteurs sous-jacents encourageant la création d'une entreprise semblent être le contact avec des entrepreneurs, le fait d'être jeune et un début de carrière réussi.

Compétences et confiance en soi. Les femmes et les hommes ont des visions similaires sur les compétences nécessaires à la création d'une entreprise prospère (voir Tableau 5), même si les femmes considèrent la communication, le maintien des relations, la résilience, la confiance en soi et la constitution de réseaux comme des facteurs plus importants que les hommes. Bien que les femmes s'auto-évaluent de façon positive sur certaines compétences « soft », elles s'évaluent moins bien que les hommes pour la plupart des compétences (15 sur 18), y compris sur les 5 identifiées comme les plus critiques pour leur réussite. Les femmes sont plus nombreuses à indiquer manquer de confiance, de compétences liées à la prise de risque, ou à la constitution de réseaux ou encore au leadership. Elles sont également plus nombreuses que les hommes à estimer manquer de compétences techniques ou d'expérience nécessaires pour créer une entreprise. Parmi ces compétences, nous pouvons citer comme exemples : le développement d'un *business plan*, les compétences numériques et technologiques, la gestion de projet ou la connaissance du secteur. Seulement 11% des femmes affirment avoir de l'expérience dans la création de *business plan* et en stratégie d'entreprise, contre 14 % des hommes.

Les répondants ayant des revenus plus faibles, quel que soit leur sexe, indiquent davantage manquer des compétences nécessaires pour créer une entreprise prospère. Ainsi, en moyenne, les femmes ayant des revenus plus faibles sont 80 % plus susceptibles que les autres femmes interrogées de citer le manque de compétences et d'expérience comme un obstacle à la création d'entreprise. De plus, les femmes ayant des revenus plus faibles ont davantage tendance à considérer ne pas posséder les 18 compétences clés identifiées – elles sont 21 à 27 % moins susceptibles d'affirmer être douées dans ces domaines que les autres femmes interrogées.

“

J'avais l'impression d'être un imposteur. Jamais à la hauteur, pas assez formée ou manquant d'expérience.

Une entrepreneure

Accès aux capitaux. Les femmes semblent avoir un accès plus restreint aux sources de capitaux que les hommes. Seulement 34 % des femmes interrogées ayant l'intention de créer une entreprise, contre 50 % des hommes interrogés, ont discuté de leurs idées d'entreprise avec une banque et/ ou un investisseur ou ont déposé une candidature à un concours d'entrepreneuriat. Celles qui l'ont fait ont trouvé les discussions plutôt décourageantes dans l'ensemble.

Contact avec des femmes entrepreneures. Parmi les non-entrepreneurs, 69 % des femmes interrogées (et 92 % des hommes) ont mentionné un homme comme exemple d'entrepreneur à succès. Par ailleurs, les cinq femmes les plus citées ne représentaient que 10 % de toutes les réponses féminines, ce qui suggère un manque de modèles de femmes entrepreneures connues. En comparaison, les cinq hommes les plus cités représentaient 26 % de toutes les réponses concernant les modèles masculins.

Réussite professionnelle. Environ moitié moins de femmes que d'hommes occupent des postes de direction par rapport aux hommes : 8% des femmes interrogées au Royaume-Uni contre 14 % d'hommes ; 4 % des femmes interrogées en France contre 9 % d'hommes ; et 3 % des femmes interrogées en Allemagne contre 6 % d'hommes. L'absence d'un début de carrière réussi pour de nombreuses femmes peut accentuer l'écart entrepreneurial entre les sexes, et l'étude démontre la corrélation entre un début de carrière réussi et la probabilité de créer une entreprise.



Les femmes sont moins nombreuses que les hommes à créer ou développer une entreprise

Les femmes ont, de façon significative, moins tendance que les hommes à créer une entreprise. À l'échelle nationale, seulement 5 % des femmes vivant au Royaume-Uni et en Allemagne créent une entreprise, contre respectivement 11 et 7% des hommes. En France, ce chiffre est de 3% pour les femmes et 5 % pour les hommes (voir Tableau 1).

Pourquoi les femmes créent une entreprise

Au cours de notre étude, les entrepreneures des quatre villes considérées ont cité l'indépendance comme étant la raison principale de la création d'une entreprise (mentionnée par 40 % des femmes vivant à Londres et Francfort/Berlin et 47 % des femmes vivant à Paris). Pour les hommes, le fait de gagner plus d'argent est la raison la plus fréquemment citée (mentionnée par 37 % des hommes, contre 30 % de femmes). Les hommes citent également plus souvent que les femmes la possibilité de pouvoir pratiquer leurs loisirs avec flexibilité. Les autres motivations varient selon les villes :

- ▶ Obtenir une meilleure rémunération est la deuxième raison la plus importante pour les femmes vivant à Londres (32 %) ; vient ensuite la flexibilité dans l'emploi du temps pour gérer les responsabilités familiales (29 %) ; enfin, 25 % des femmes vivant à Londres ont affirmé créer une entreprise pour « se lancer un défi personnel ».
- ▶ Les femmes vivant à Paris citent la flexibilité dans l'emploi du temps pour gérer les responsabilités familiales (28 %) comme deuxième raison la plus importante, suivie par un meilleur usage de leurs compétences et leur expérience (25 %).
- ▶ La tendance à Francfort/Berlin est quelque peu différente de celle des autres villes. Faire meilleur usage de ses compétences et son expérience représente la deuxième raison la plus importante citée par les femmes (38 %), suivie par le fait d'obtenir une meilleure rémunération (35 %) et la réalisation d'une bonne idée d'entreprise (25 %) – ces deux dernières raisons étant plus citées par ces femmes que par celles d'autres villes ou que par les hommes vivant à Francfort/Berlin .

Les principaux obstacles rencontrés par les femmes gérant une entreprise

Les entrepreneures interrogées mentionnent un réseau

professionnel limité, la situation économique actuelle et un manque de compétences et de connaissances comme étant les principaux obstacles au développement de leur entreprise. En moyenne, les entrepreneurs avec enfant(s) perçoivent plus d'obstacles que les entrepreneurs sans enfant, et les considèrent comme plus importants (*Net Importance Score* ou NIS²), quel que soit leur sexe ou le niveau de développement de leur entreprise. Les parents ont un NIS moyen de 25, par rapport à -6 pour les non-parents.

La perception des principaux obstacles varie selon les villes :

- ▶ Les répondants vivant à Londres perçoivent globalement moins d'obstacles que ceux vivant dans les autres villes. Le principal obstacle pour les entrepreneures est « la situation économique actuelle du pays » (NIS de 13), suivi par les réseaux limités (NIS de 10). Ce dernier obstacle semble également représenter une barrière moindre pour les hommes vivant à Londres que les hommes vivant dans les autres villes. Les femmes non diplômées interrogées perçoivent les mêmes obstacles que les femmes diplômées, mais de façon moins intense. Les principaux obstacles qu'elles mentionnent sont le manque de compétences et les réseaux limités (NIS de 4 pour ces deux obstacles).
- ▶ Les entrepreneures vivant à Paris considèrent la situation économique du pays comme un obstacle majeur (NIS de 38), suivi de très près par les réseaux limités (NIS de 37). Les femmes vivant à Paris considèrent davantage que les femmes vivant à Londres le manque de connaissances dans le secteur comme une préoccupation forte, et elles se préoccupent plus de l'acquisition des compétences nécessaires (NIS de 22) que les femmes vivant dans les autres villes. Les femmes non diplômées semblent moins inquiètes de la situation économique que les femmes diplômées, mais elles sont plus inquiètes de manquer des compétences et des connaissances nécessaires.
- ▶ À Francfort/Berlin, les entrepreneures considèrent également les réseaux limités comme un obstacle majeur (NIS de 33). Elles considèrent davantage l'obtention de financements comme une difficulté (NIS de 31), suivie du manque de connaissances du secteur (NIS de 29). Les entrepreneures à Francfort/Berlin sont nettement plus préoccupées par l'acquisition des compétences nécessaires (NIS de 18) que leurs homologues masculins. Comme pour les autres villes, les femmes non diplômées perçoivent moins d'obstacles au succès de leur entreprise, leur principal obstacle étant l'obtention de financements.

2 Le *Net Importance Score* est calculé en pourcentage de réponses « Important » et « Extrêmement important » moins le pourcentage de réponses « Pas important » et « Pas du tout important » multiplié par 100 (selon la méthode du *Net Promoter Score* (NPS)).

Tableau 5

Les femmes s'auto-évaluent de façon positive sur certaines compétences « soft », elles s'évaluent moins bien que les hommes pour la plupart des compétences



Question posée : Selon vous, quelles sont les compétences et les connaissances à avoir pour développer une entreprise prospère ? Parmi ces compétences et connaissances, lesquelles avez-vous déjà utilisées dans votre vie professionnelle ou personnelle ? Veuillez indiquer comment vous vous évalueriez pour chacune des compétences suivantes.

Compétences classées par ordre d'importance perçue % de réponses (N = 611 F et 607 H) ¹	Compétences nécessaires Femmes	Expérience		Auto-évaluation des compétences ²		
		Écart F/H ²	Femmes	Écart F/H	Femmes	Écart F/H
Gestion financière	43	7	21	-7	45	-2
Confiance en soi	42	14	40	4	46	-19
Marketing	31	3	18	-1	35	-7
Prise de risques	31	4	18	-10	34	-23
Construction de business plan et stratégie d'entreprise	30	6	18	-18	37	-15
Communication et négociation	30	23	31	13	52	-6
Ventes et relation clients	30	22	22	-5	49	1
Constitution de réseaux	30	13	21	-3	38	-15
Connaissances spécifiques sectorielles	29	6	21	-12	47	-9
Gestion de projets et planification	26	12	22	3	48	-9
Leadership	25	-3	25	-19	45	-13
Résilience	25	15	32	19	49	-8
Optimisme	20	-3	32	4	56	-8
Gestion du personnel et RH	19	-2	18		43	-7
Adaptation	19	-8	41	23	64	2
Compétences numériques/technologiques	18	-4	24	-9	48	-14
Délégation et gestion du temps	13	14	25	23	48	-2
Introspection	11	6	26	34	54	15

¹ F : femmes ; H : hommes. Pourcentage de personnes répondant « J'excelle dans ce domaine » ou « Je suis doué(e) dans ce domaine »

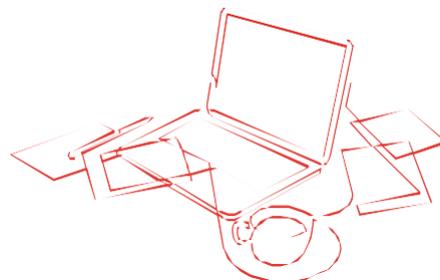
² Écart F/H : différence entre les femmes et les hommes en proportion des répondants masculins : % de répondants féminins - % de répondants masculins / % de répondants masculins. Par exemple, si les réponses de femmes sont de 10 % et les réponses d'hommes sont de 12 %, l'écart entre les sexes est de : $-2 \div 12 = -17\%$

SOURCES : McKinsey Consumer Survey (échantillon de non-entrepreneurs), janvier 2020 ; *Learning The Art of Networking: A Critical Skill for Enhancing Social Capital and Career Success*, publié dans le *Journal of Management Education*, 2008 ; *An Experimental Assessment of Interventions for Improving Women's Professional Networking: Results from IT*, SSRN, 2019

Le financement, une préoccupation notable

Les entrepreneurs et les entrepreneures font face à des difficultés de financement différentes. Au total, 28 % des femmes interrogées estiment ne pas savoir où obtenir un financement, contre 20 % des hommes. Ceci peut expliquer le nombre relativement faible de femmes qui s'adressent aux banques ou aux investisseurs pour obtenir une aide à la création d'entreprise dans toutes les villes, et le recours plus important des entrepreneures à leur épargne personnelle pour financer la croissance de leur entreprise. Parmi les difficultés liées au financement, l'incertitude sur les sources possibles est le principal obstacle des entrepreneures à Londres.

Les femmes perçoivent également un manque de confiance dans leurs connaissances et/ou leurs compétences de la part des investisseurs, ce qui constitue leur principale préoccupation à Paris et à Francfort/ Berlin. Les hommes ont quant à eux davantage tendance à estimer que les investisseurs ne sont pas intéressés par leurs idées d'entreprise (48 % contre 26 % pour les femmes). Les entrepreneures interrogées dans toutes les villes ont plus souvent recours que les hommes à leur épargne personnelle pour financer leur entreprise (47 % des entrepreneures à Londres, 58 % de celles vivant à Paris et 65 % de celles vivant à Francfort/Berlin). Les entrepreneures non diplômées utilisent des sources de financements similaires à celles des autres femmes entrepreneures, avec cependant une part plus faible de femmes moins privilégiées vivant à Paris et Francfort/Berlin qui utilisent leur épargne personnelle.



“ Les fondatrices aux revenus plus faibles et d'horizons variés manquent généralement de capital ce qui crée des biais chez les investisseurs. ”

PDG d'un incubateur d'entreprises

Tableau 6

Les entrepreneurs et les entrepreneures font face à des problèmes de financement différents



Question posée : Vous avez indiqué que l'obtention de financements est un obstacle au succès et au développement de votre entreprise. Quel type de problèmes rencontrez-vous en matière de financement ?

Obstacles rencontrés lors du financement	Londres		Paris		Francfort/Berlin	
	Femmes (N = 54 F et 44 H)	Écart F/H ¹	Femmes (N = 38 F et 39 H)	Écart F/H	Femmes (N = 41 F et 31 H)	Écart F/H
J'ai demandé un financement, mais sans succès car les investisseurs n'ont pas confiance dans mes compétences/ connaissances entrepreneuriales	22	-2	37	-45	37	467
Je ne sais pas où obtenir un financement	33	47	26	28	24	51
J'ai demandé un financement, mais sans succès car les investisseurs ne sont pas intéressés par mes idées d'entreprise	22	-51	32	-44	24	-42
Je n'ai pas assez confiance pour faire une demande de financement	22	-19	26	14	17	-52
Autre	13	S/O	8	S/O	7	127

¹ Écart F/H : différence entre les femmes et les hommes en proportion des répondants masculins : % de répondants féminins - % de répondants masculins / pourcentage de répondants masculins

Les difficultés auxquelles les femmes sont confrontées lors du développement d'une entreprise

Peu d'entrepreneurs arrivent à atteindre un chiffre d'affaires supérieur à 1 000 000 €/£ : seulement 2 % des hommes vivant au Royaume-Uni, en France et en Allemagne. Un pourcentage encore plus faible d'entrepreneures (déjà moins nombreuses que les hommes) arrivent à développer leur entreprise jusqu'à atteindre ce niveau. L'écart entre les sexes relatif à cette étape du parcours entrepreneurial est le plus grand au Royaume-Uni, où les entrepreneures sont 79 % moins susceptibles de développer leur entreprise jusqu'à atteindre un chiffre d'affaires dépassant 1 000 000 €/£. En Allemagne, les entrepreneures sont 58 % moins susceptibles que les hommes d'atteindre ce niveau, et les entrepreneures françaises sont 19 % moins susceptibles que leurs homologues masculins d'atteindre un chiffre d'affaires dépassant 1 000 000 €/£ (Tableau 1).

En ce qui concerne le développement d'une entreprise, la taille de l'entreprise a un impact plus important sur les difficultés perçues par les entrepreneurs que le genre. Les entrepreneurs masculins et féminins ayant développé leur entreprise à grande échelle perçoivent plus d'obstacles à leur succès que les entrepreneurs de petites entreprises. Les fondatrices de petites entreprises mentionnent davantage les réseaux professionnels limités et la situation économique actuelle que leurs homologues masculins. Les fondateurs masculins et féminins de plus grandes entreprises considèrent les connaissances et l'acquisition de compétences comme étant les principaux obstacles à leur développement futur.

- ▶ À Londres, les principaux obstacles pour les entreprises développées à grande échelle et les plus petites sont similaires et moins importants que dans les autres villes. La situation économique du pays (NIS³ de 16) et les réseaux professionnels limités (NIS de 9) sont les difficultés les plus importantes pour les petites entreprises.
- ▶ À Paris, les fondateurs de petites entreprises considèrent que les réseaux limités constituent l'obstacle principal (NIS de 12). Les responsabilités familiales représentent l'une des cinq difficultés majeures pour les entrepreneurs d'entreprises développées à grande échelle et pour les plus petites entreprises, et il s'agit d'une préoccupation majeure pour les femmes fondatrices d'entreprises développées à grande échelle (NIS de 83).

- ▶ Contrairement aux autres villes, les réseaux limités occupent la cinquième place des principaux obstacles à Francfort/Berlin pour les fondateurs de petites entreprises. Les fondateurs d'entreprises développées à grande échelle mentionnent quant à eux le plus souvent le manque de confiance en soi.

Financement de la croissance

Les sources de financement des entreprises développées à grande échelle et des plus petites ne semblent pas varier de manière significative. L'épargne personnelle est la source de financement la plus fréquemment citée par les propriétaires d'entreprises dans l'ensemble des villes, quelle que soit la taille de l'entreprise. Cette dépendance est potentiellement un obstacle plus important pour les femmes ayant des revenus plus faibles qui ont moins d'opportunités pour constituer une épargne personnelle ou d'accéder au capital familial. Par ailleurs, les propriétaires de petites entreprises ont davantage tendance à indiquer n'avoir besoin d'aucun financement.

- ▶ À Londres, les fondateurs d'entreprises développées à grande échelle et des plus petites mentionnent les mêmes sources de financement similaires. Une part similaire mentionne les prêts bancaires aux entreprises (16 %), mais la part des entreprises développées à grande échelle ayant recours aux prêts est plus faible à Londres que dans les autres villes. Les fondateurs de petites entreprises perçoivent l'obtention de financement comme plus facile que les fondateurs de grandes entreprises.
- ▶ À Paris, les fondateurs de grandes entreprises mentionnent les sources de financement externes – comme les prêts bancaires et les prêts d'aide à la création d'entreprise – davantage que leurs homologues des autres villes considérées. Ils ont également plus tendance à s'associer avec des investisseurs particuliers (angel investors) et des sociétés de capital-risque. Les fondateurs de petites entreprises considèrent l'obtention de financement comme étant légèrement plus difficile que les fondateurs de grandes entreprises, à l'inverse de Londres.
- ▶ À Francfort/Berlin, les fondateurs d'entreprises développées à grande échelle et des plus petites entreprises mentionnent des sources de financement similaires, mais les grandes entreprises ont plus tendance à avoir recours à des prêts bancaires. Les fondateurs de petites entreprises considèrent l'obtention de financement comme étant légèrement plus difficile que les fondateurs de grandes entreprises.

³ Le *Net Importance Score* est calculé en pourcentage de réponses « Important » et « Extrêmement important » moins le pourcentage de réponses « Pas important » et « Pas du tout important » multiplié par 100 (selon la méthode du *Net Promoter Score* (NPS))

Les interventions visant à favoriser le développement des entreprises

Lorsqu'on leur demande quelles sont les interventions qu'ils privilégieraient, les fondateurs d'entreprises développées à grande échelle, autant les femmes que les hommes, mentionnent davantage les interventions aidant à la constitution de réseaux que les fondateurs de petites entreprises (Tableau 7).

Les fondateurs de grandes entreprises mentionnent également, plus fréquemment que les fondateurs de petites entreprises, la mise en place d'assurances adaptées. Ces derniers considèrent les avantages fiscaux pour les entrepreneurs en phase de démarrage et les régimes spécifiques d'assurance maladie comme étant les leviers les plus utiles, et ce de façon encore plus prononcée pour les femmes que pour leurs homologues masculins.

- ▶ À Londres, les fondateurs de petites entreprises considèrent les avantages fiscaux et les réseaux numériques comme étant les leviers les plus utiles. Les fondateurs de grandes entreprises privilégient davantage les régimes d'assurance puis les programmes de formation.
- ▶ À Paris, les fondateurs de petites entreprises considèrent les régimes d'assurance maladie et les avantages fiscaux comme les initiatives les plus positives. Bien que les régimes d'assurance maladie soient également appréciés des fondateurs de grandes entreprises, ceux-ci accordent encore davantage d'intérêt aux initiatives d'aide à la constitution de réseaux (quatre des cinq initiatives les plus importantes).
- ▶ À Francfort/Berlin, les fondateurs de grandes et petites entreprises classent les trois initiatives suivantes comme les plus importantes : les avantages fiscaux, les assurances adaptées et les réseaux numériques. Les fondateurs des plus petites entreprises mentionnent en plus de ces éléments les régimes d'assurance maladie et les relations publiques.

“ J'aimerais disposer d'une plateforme en ligne pour entrer en contact avec d'autres entrepreneures et parler ouvertement des obstacles, du financement, des problèmes rencontrés, etc. ”

Une entrepreneure

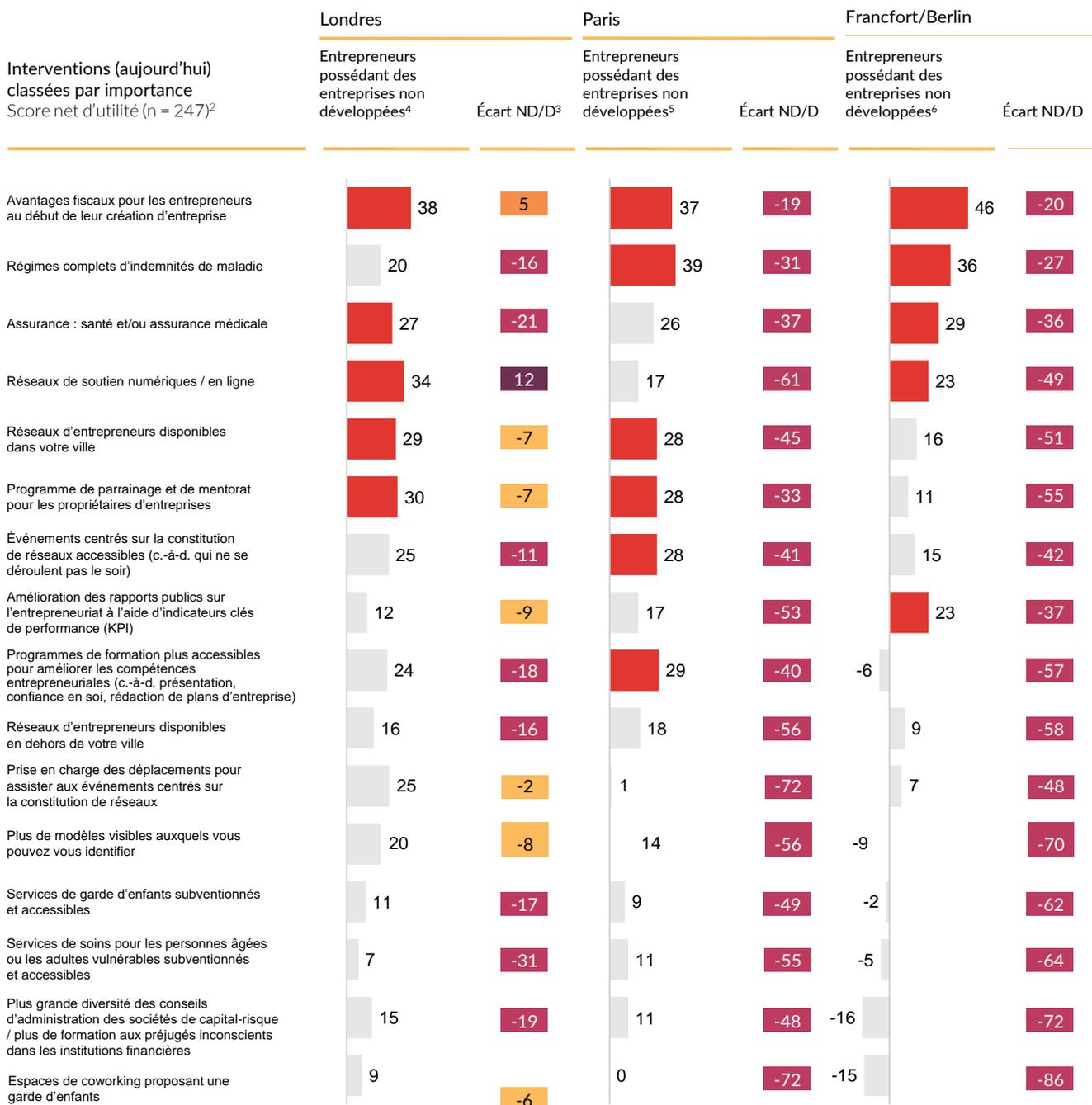


Chart 7

Lorsqu'il s'agit d'interventions, les répondants qui possèdent des entreprises développées privilégient surtout les interventions qui portent sur la constitution de réseaux, quel que soit leur sexe



Question posée : Dans quelle mesure chacune de ces interventions serait utile à vous et à votre entreprise si elle vous était proposée aujourd'hui ?¹



1 Options de réponse : 1 : Pas du tout important ; 2 : Pas important ; 3 : Pas vraiment important ; 4 : Assez important ; 5 : Important ; 6 : Extrêmement important

2 Calculé en pourcentage de réponses « Utile » et « Extrêmement utile » moins le pourcentage de réponses « Inutile » et « Pas du tout utile » multiplié par 100 (selon la méthode du Net Promoter Score (NPS))

3 Écart ND/D : différence entre les réponses d'entreprises non développées et développées, en pourcentage de répondants possédant des entreprises développées : pourcentage de répondants possédant des entreprises non développées - pourcentage de répondants possédant des entreprises développées ÷ pourcentage de répondants possédant des entreprises développées

4 (N = 135 avec un chiffre d'affaires ; N = 38 avec un chiffre d'affaires)

5 (N = 68 avec un chiffre d'affaires ; N = 49 avec un chiffre d'affaires supérieur à 1 000 000 €/€)

6 (N = 44 avec un chiffre d'affaires inférieur à 1 000 000 €/€, N = 54 avec un chiffre d'affaires supérieur à 1 000 000 €/€)

SOURCE : Enquête auprès des consommateurs de McKinsey (échantillon d'entrepreneurs), janvier 2020

Les initiatives pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin

Notre étude met la lumière sur les principaux obstacles qui empêchent les femmes de créer, de maintenir ou de développer des entreprises. Bien que ces obstacles soient similaires dans les quatre villes à l'étude, les préoccupations des femmes et leurs expériences varient selon les villes.

Les sept initiatives présentées ci-dessous représentent un ensemble coordonné d'interventions qui peut s'appliquer de manière flexible dans chaque ville et/ou pays pour améliorer les perspectives de réussite des femmes à chaque étape de leur parcours entrepreneurial. Ces initiatives s'appuient sur les résultats de notre enquête, sur des entretiens avec des femmes entrepreneures, des réseaux de femmes, des incubateurs d'entreprises et des investisseurs, sur une analyse des interventions existantes dans les trois pays et sur un examen des pratiques concluantes dans les pays les plus avancés sur le sujet où la proportion de femmes entrepreneures est la plus élevée, comme au Canada, aux Pays-Bas et aux États-Unis.

Les femmes moins privilégiées sont significativement moins susceptibles de devenir entrepreneures et perçoivent plus d'obstacles à la création d'une entreprise prospère. Les initiatives présentant un intérêt particulier pour les femmes ayant des revenus plus faibles et étant entrepreneures ou souhaitant le devenir sont mises en évidence par les chiffres dans les **cercles orange** ci-dessous.

1 Sensibiliser le public sur les préjugés sexistes et la valeur en jeu

Chaque voyage commence par choisir une destination. Une plus grande sensibilisation sur l'énorme valeur économique inexploité de l'entrepreneuriat féminin, une valeur additionnelle de 570 à 665 milliards d'euros pour le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne, encouragera les responsables politiques à fixer des objectifs pour y parvenir. Une sensibilisation accrue aidera également à susciter une volonté de changement dans le secteur de l'investissement et au-delà. La plupart des obstacles rencontrés par les femmes sont culturels et sociétaux. Une action collective pendant de nombreuses années et sur de multiples fronts sera nécessaire pour les surmonter pleinement. Une plus grande concertation et une plus importante coordination augmenteront la probabilité d'une action soutenue, autant nationale que locale, et autant publique que privée, pour créer un écosystème de soutien complet et intégré pour l'entrepreneuriat féminin. Les deux axes de cette initiative sont les suivants :

- ▶ Communiquer largement sur la valeur en jeu pour susciter une volonté de changement de la part des principales parties prenantes, telles que les gouvernements, les investisseurs et les influenceurs.
- ▶ Sensibiliser les investisseurs (sociétés de capital-risque, banques, investisseurs providentiels) aux biais inconscients et susciter une volonté de changement.

2 Promouvoir l'entrepreneuriat féminin

Nos enquêtes montrent qu'un nombre significativement plus faible de femmes envisagent de créer une entreprise, par rapport aux hommes (26 % de femmes contre 34 % d'hommes en moyenne). Les femmes ayant des revenus plus faibles envisagent encore moins de devenir entrepreneures dans l'ensemble des villes à l'étude. Un faible nombre de femmes entrepreneures et un manque de modèles féminins célèbres dans le monde des affaires contribuent à perpétuer le manque de conviction des femmes quant à la possibilité d'emprunter cette voie. L'entrepreneuriat doit être promu comme une option de carrière attrayante pour les femmes le plus tôt possible ; le Royaume-Uni et l'Allemagne essaient notamment de l'enseigner à l'école. Il est également important de faire largement connaître les modèles de femmes entrepreneures et de montrer que des femmes provenant d'horizons variés peuvent diriger des entreprises prospères. Les principales actions sont donc les suivantes :

- ▶ Promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes filles et les encourager à croire en leur potentiel d'entrepreneures.
- ▶ Promouvoir plus de modèles de femmes entrepreneures, et d'horizons encore plus variés, auxquelles toutes les femmes peuvent s'identifier.

3 Encourager le parrainage et le mentorat des femmes entrepreneures

Le manque de confiance en soi et de conviction chez les potentielles futures femmes entrepreneures sont des thèmes récurrents dans l'étude. Les femmes se notent moins bien que les hommes pour 15 compétences sur 18 jugées essentielles à la création d'une entreprise prospère, y compris pour les cinq compétences qui comptent le plus pour elles. Les femmes provenant d'horizons plus modestes sont encore moins susceptibles que les autres femmes d'estimer avoir les compétences et les connaissances nécessaires pour créer une entreprise. L'incertitude quant à l'obtention de financement constitue une préoccupation encore plus importante pour les femmes que pour les hommes. Les propriétaires de petites entreprises considèrent les programmes structurés de parrainage et de mentorat comme une des cinq interventions les plus utiles. Notre étude suggère que ces interventions devraient être systématiques, ciblées pour les femmes et mises en place à l'échelle nationale. En Suède, le programme d'ambassadeurs pour l'entrepreneuriat féminin soutenu par le gouvernement encourage les propriétaires d'entreprises prospères à accompagner les nouvelles propriétaires, et 82 % des participantes ont enregistré une augmentation de leur chiffre d'affaires de 30 % en conséquence. Dans le secteur privé, nous pouvons citer le *Young Presidents' challenge*

Women in Rail et *Women in Defence*. Des programmes de mentorat sont également proposés en France pour les femmes ayant des entreprises à un stade plus avancé. Les trois pays doivent avoir pour objectif à l'échelle nationale de :

- ▶ Proposer des possibilités de mentorat à long terme et sur mesure et développer des programmes de parrainage
- ▶ Mettre en place des quotas dans les concours, prix et distinctions en matière d'entrepreneuriat.

“ Les femmes ont besoin de soutien pour présenter leurs idées aux investisseurs, savoir se positionner, vendre leur vision. ”

Une femme entrepreneure

4 Encourager les investissements dans les entreprises dirigées par des femmes

Le financement constitue un obstacle majeur pour les femmes entrepreneures. Près d'une femme sur trois estiment ne pas savoir où obtenir un financement pour la création de leur entreprise, contre un homme sur cinq. Et seulement 1 à 2 % des financements par capital-risque au Royaume-Uni, en France et en Allemagne sont destinés à des entreprises dirigées par des femmes. Les données du secteur financier montrent que seulement 39 % des femmes qui cherchent à obtenir un prêt commercial reçoivent des informations sur les taux d'intérêt, contre 91 % des hommes. Et seulement 9 % se voient proposer une simulation de prêt par rapport à 35 % des hommes⁴.

Au stade du développement de l'entreprise, la prédominance masculine dans le secteur du capital-risque est un obstacle possible : environ 90 % des investisseurs providentiels en Europe sont des hommes. Certaines initiatives sont en cours dans les trois pays pour augmenter le financement des femmes entrepreneures, à l'instar du programme *Women in Innovation* et du programme de financement des entrepreneures rurales soutenus par le gouvernement britannique, des programmes Femmes Business Angels et Créatrices d'Avenir en France qui aident les femmes à entrer en relation avec les investisseurs, et du programme de microcrédits Goldrausch à Berlin.

Bien que les programmes dédiés constituent un moyen important pour soutenir directement les femmes, le défi primordial est de veiller à ce que les femmes entrepreneures parviennent à accéder à l'ensemble des options de financement aussi bien que les hommes. Il peut donc s'agir de fournir aux femmes un soutien supplémentaire pour améliorer leur

accès au capital. Au Royaume-Uni, l'*Investing in Women Code* est un engagement du secteur des services financiers visant à améliorer l'accès des femmes entrepreneures aux outils, aux ressources et au financement. L'objectif de chaque pays doit être :

- ▶ D'encourager les institutions et les investisseurs privés à investir dans les entreprises dirigées par des femmes grâce à des mesures incitatives juridiques et/ou financières.

5 Créer un point de contact unique pour tous les entrepreneurs

Bien qu'il existe une multitude d'informations destinées aux futurs entrepreneurs, elles sont souvent éparpillées sur de nombreuses plateformes et sources différentes. Nos entretiens démontrent que les entrepreneurs des deux sexes sont souvent déconcertés par le volume et la diversité des ressources, et ne savent pas comment trouver le meilleur conseil ou la meilleure formation pour eux. L'objectif doit être de créer un point de contact simple et complet qui coordonne (plutôt que complète) les informations existantes en un seul endroit pour tous les entrepreneurs. Cela aidera notamment les femmes, qui sont moins susceptibles que les hommes de connaître quelqu'un pouvant les renseigner, et qui sont moins susceptibles d'estimer disposer des compétences et connaissances pertinentes.

Les femmes sont également plus susceptibles que les hommes de ne pas savoir où et comment obtenir un financement pour leur entreprise. Cette initiative pourrait être gérée et parrainée par le gouvernement ou le secteur industriel. À Montréal, la Chambre de commerce parraine un site Internet fournissant des informations sur la planification, les finances et les impôts des entreprises, ainsi que les questions relatives aux ressources humaines. Cette initiative doit avoir pour objectif de :

- ▶ Structurer des programmes de formation sur les compétences techniques et comportementales pour tous les types d'entreprises et à toutes les étapes du parcours entrepreneurial.
- ▶ Rassembler toutes les informations nécessaires sur une plateforme faisant office de « Foire aux questions » unique (p. ex. pour l'administratif, le juridique, le financier, les subventions et les aides).

⁴ *British Business Bank* (rapport *UK VC & Female Founders*, 2019) ; *KPMG* (Baromètre StartHer, 2019) ; *Atomico* (*State Of D&I In European Tech*) ; la Ville de Villeurbanne et *ISM Corum* (2017) ; *Real Business* (2018) ; *Women Business Angels for Europe's Entrepreneurs* (2018).

6 Faciliter la constitution de réseaux

Les réseaux sont un excellent moyen pour les nouveaux propriétaires d'entreprise d'obtenir des conseils de la part d'entrepreneurs plus expérimentés. Les réseaux professionnels limités constituent l'obstacle le plus fréquemment mentionné par les femmes entrepreneures dans les quatre villes, et le renforcement des réseaux est considéré comme l'intervention la plus importante dans l'ensemble par les propriétaires de grandes entreprises, quel que soit leur sexe. Les propriétaires de petites entreprises choisissent les réseaux locaux accessibles comme l'une des cinq principales interventions. Pour les femmes, et notamment les femmes ayant des revenus plus faibles ou celles provenant d'horizons culturels et socioéconomiques variés, la constitution de réseaux peut les aider à rencontrer des entrepreneures qui ont été confrontées à des obstacles similaires et qui peuvent s'identifier à leurs besoins et leurs inquiétudes. Ces approches sont susceptibles de varier selon les villes. Par exemple, le financement peut être une priorité à Londres, où les femmes sont moins nombreuses à s'adresser aux banques ou aux investisseurs. À Paris, les femmes qui n'ont pas fait leurs études dans les grandes écoles de commerce ou d'ingénieurs peuvent avoir besoin d'un soutien particulier. Les initiatives de constitution de réseaux peuvent être virtuelles, et c'est d'autant plus une considération primordiale au vu des contraintes liées à l'épidémie de COVID-19, mais il peut aussi s'agir d'événements en personne. Ces initiatives doivent avoir pour objectif de :

- ▶ Créer une plateforme pour mettre en relation les cofondateurs potentiels.
- ▶ Faciliter la constitution de réseaux dans des cadres plus conviviaux grâce à une sélection rigoureuse des participants.

7 Introduire des avantages pour les entrepreneures

Les entrepreneures ne jouissent pas des filets de sécurité que sont les indemnités de maladie, les congés payés et autres avantages sociaux, et ont généralement moins accès aux prestations de l'État, telles que les crédits d'impôts ou les allocations de chômage. Les avantages fiscaux et les régimes complets d'indemnités de maladie figurent en bonne place dans la liste des interventions les plus appréciées des entrepreneures. Les femmes propriétaires de grandes entreprises sont particulièrement susceptibles de considérer la garde des enfants comme une préoccupation majeure, tandis que les soins aux personnes âgées ou aux adultes vulnérables représentent une préoccupation à la fois pour les femmes et les hommes, notamment à Paris et Francfort/Berlin. Nous reconnaissons que la politique sociale est une question complexe et coûteuse, mais nous pensons que la valeur économique potentielle d'une participation accrue des femmes à l'entrepreneuriat justifie une action supplémentaire pour :

- ▶ Développer d'autres avantages pour les entrepreneures (p. ex. avantages fiscaux, indemnités de maladie).
- ▶ Soutenir les entrepreneures dans la phase post-incubateur (p. ex. espace de coworking abordable).
- ▶ Soutenir les entrepreneures devenues parents (p. ex. autorisation de travailler à temps partiel pendant le congé maternité).

“ Les femmes sont très prudentes, peu enclines à s'endetter. La prise en charge de leurs enfants a un impact sur leur volonté de développer une entreprise. ”

Un mentor d'un accélérateur d'entreprises

Conclusion

Les femmes entrepreneures pourraient contribuer à la création d'une valeur ajoutée additionnelle de 570 à 665 milliards d'euros, équivalant à une augmentation de 8 à 9 % de la production économique totale, dans les économies du Royaume-Uni, de la France et de l'Allemagne si les femmes créaient des entreprises au même rythme que les hommes et génèrent autant de valeur par entreprise que les entreprises dirigées par des hommes.

La priorité absolue est d'encourager plus de femmes à franchir le pas de l'entrepreneuriat. L'impact dévastateur de l'épidémie de COVID-19 sur l'économie mondiale va exacerber nombre des obstacles auxquels les femmes étaient déjà confrontées, comme le soulignent les résultats de nos recherches, tels que la confiance dans leur capacité à réussir, les préoccupations liées aux impôts, à la maladie et aux vacances, aux responsabilités de soins des enfants ou des adultes vulnérables, et l'accès aux informations, au financement pour la création d'entreprise et au capital de croissance.

Les femmes entrepreneures auront donc besoin de plus de soutien, sous différentes formes, pour développer leur entreprise, notamment les femmes ayant des revenus plus faibles et celles provenant d'horizons variés.

Il y a un besoin immédiat d'accélérer la mise en place des initiatives identifiées précédemment, afin d'augmenter le nombre de femmes créant leur entreprise et de les aider à réussir. Nous exhortons les gouvernements et les différentes parties prenantes à nous rejoindre pour aider encore plus de femmes entrepreneures à exprimer pleinement leur potentiel.

Si vous souhaitez nous écrire, partager vos propres expériences ou jouer un rôle dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin, veuillez contacter simone.whitbread@moving-ahead.org.

Annexes

Annexe 1 : Contribution

Nous souhaiterions remercier tous ceux et toutes celles qui ont généreusement donné de leur temps et de leur expertise pour étayer et produire ce rapport.

Alice Bentinck	Entrepreneur First
Amy Williams	Moving Ahead
Anais Pretot	LiveMentor
Anh-Tho Chuong Degroote	Ajna
Anne-Cécile Hulot	My Golden Closet
Anonymous	VC (Paris)
Aude Guo	InnovaFeed
Barbara Guignard	Luminary bakery
Béatrice Gherara	Kokoroe
Camille Pereira	Médène
Carin Qvarfordt Eisenstein	J.P. Morgan
Catherine Huard- Lefin	BGC31
Célia Pool	DAME
Céline Wisselink	Neoness/Episod
Chandini Jain	Auquan
Charlotte Journo-Baur	Wishibam
Chloé Hermary	AdaTech School
Christiane Stapp-Osterod	jumpp
Claire Cano-Houllier	Hiflow
Claire Cockerton	Cockerton & Co
Clare Harris	British Library
Coline Juin	Moona
Colleen Ebbitt	J.P. Morgan
Corinna Haas	inga.
Corinne Colson Lafon	Steam'O
Dani Ettridge	Moving Ahead
Delphine Poschmann	J.P. Morgan
Diana Garibian	McKinsey & Company
Diana Seeger	McKinsey & Company
Dirk Bischof	Hatch Enterprise
Elena Mustatea	Bold Health
Elina Berrebi	Gaia CapitalPartners
Emma Obanye	The Retrospective Game

Eva-Juliane Stark	P+P Pöllath + Partners
Franziska Hannig	INASKA
Géraldine Bal	Hopfab
Ghislaine Boddington	Body>Data>Space
Hang Ho	J.P. Morgan
Hanka Boldemann	J.P. Morgan
Heike Rehm	Unterschied & Macher GmbH
Jérome Joaug	Aster Capital
Julia Lichtenstein	Social Business Women
Juliette Fontaine	Ker Juliette
Katherine Godsmark	Moving Ahead Kathrin
Teupe	McKinsey & Company
Lana Hersak	We In Social Tech
Lea Roser	nevaal
Liz Dimmock	Moving Ahead
Lorena Puica	iamYiam
Lubomila Jordanova	Plan A
Lucy Parsons	Moving Ahead
Lynette Gilbert	Business Literacy
María Quimper	Pepelou
Marie-Virginie Klein	Willa
Marion Kaiser	Kaiser Feinkost
Marion Roger	McKinsey & Company
Massielle Colas	McKinsey & Company
Matthieu Lattes	France Invest
Maud Pretot	Les Premières
Nadine Deuring	Lyght Living
Nadja Ritter	Yes-Sir!
Nina Rinke	Earlybirds
Patricia Hegener	Pepelou
Paul Jenkins	McKinsey & Company
Petra Vo	VO Coffee
Philippa Brent	Female Founders
Raffaella Rein	WildWildVentures
Reedah El-Saie	iXploR
Roxanne Varza	Station F
Sabine Nietmann	The Organicer
Sahil Tesfu	McKinsey & Company

Sarah Nöckel	Dawn Capital
Sarah Turner	Angel Academe
Selin Yigitbasi-Ducker	Goodsted
Soazig Barthélemy	Empow'Her
Sophie Rochester	Yodomo
Tahlia Gray	Sheer Chemistry
Tiphaine Saltini	Neuroprofiler
Valentine de Lasteyrie	Sista
Vanessa Engel	J.P. Morgan
Vidya Munde-Müller	Givetastic

Annexe 2 : Échantillons de l'étude

Deux études complémentaires ont été menées afin de recueillir les points de vue des hommes et des femmes, qu'ils soient entrepreneurs ou non, dans les quatre villes à l'étude ici. Au total, ces deux enquêtes ont permis d'interroger 725 répondants à Londres, 628 à Paris et 648 à Francfort et Berlin.

Enquête 1 : Non-entrepreneurs

Critères de sélection : individu âgé d'au moins 18 ans ; vivant à Londres, Paris (périphérie comprise) ou Francfort/Berlin ; n'ayant jamais possédé et ne possédant actuellement pas d'entreprise.

Total pour l'ensemble des villes : 856 femmes, 740 hommes (répondants ayant des revenus plus faibles : 359 femmes, 279 hommes)

Londres : 294 femmes, 247 hommes (répondants ayant des revenus plus faibles : 122 femmes, 85 hommes)

Paris : 267 femmes, 241 hommes (répondants ayant des revenus plus faibles : 132 femmes, 88 hommes)

Francfort et Berlin : 295 femmes (115 de Francfort, 180 de Berlin; 105 femmes ayant des revenus plus faibles), 252 hommes (111 de Francfort, 141 de Berlin; 106 hommes ayant des revenus plus faibles)

Enquête 2 : Entrepreneurs

Critères de sélection : individu âgé d'au moins 18 ans ; vivant à Londres, Paris (périphérie comprise) ou Francfort/Berlin ; possédant actuellement une entreprise. Des propriétaires d'entreprises à différentes étapes ont été interrogés : entreprises tout juste créées, en développement et développées. Le niveau d'éducation a été utilisé à la place du niveau de revenus pour identifier les femmes entrepreneuses moins privilégiées.

Total pour l'ensemble des villes : 218 femmes (62 sans diplôme universitaire, 149 avec un diplôme universitaire, 7 non indiqué), 187 hommes

Londres : 103 femmes (23 sans diplôme universitaire, 76 avec un diplôme universitaire, 4 non indiqué), 81 hommes

Paris : 60 femmes (21 sans diplôme universitaire, 37 avec un diplôme universitaire, 2 non indiqué), 60 hommes

Francfort et Berlin : 55 femmes (6 de Francfort, 49 de Berlin; 18 sans diplôme universitaire, 36 avec un diplôme universitaire, 1 non indiqué), 46 hommes (8 de Francfort, 38 de Berlin)



MOVING AHEAD