

---

RAPPORT

---

Juin 2020

# Normandes ET entrepreneures

Quand la création d'entreprises s'accorde au  
féminin

**Président**

Olivier FLEUTRY

**Rapporteure**

Cécile MAIRE

**Avec le concours de**

Nelly ZURKINDEN

Damien ECLANCHER



---

# Sommaire

---

<b>Sommaire</b> .....	<b>3</b>
<b>Auditions et remerciements</b> .....	<b>5</b>
<b>Composition de la 4<sup>e</sup> commission</b> .....	<b>7</b>
<b>AVIS</b> .....	<b>11</b>
<b>1. Entreprendre, une question de genre ?</b> .....	<b>13</b>
La progression de l'entrepreneuriat des femmes en Normandie : bien, mais peut mieux faire.....	13
Le risque, une vertu masculine dans l'inconscient collectif.....	17
Franchir le pas : les mécanismes déclencheurs .....	20
<b>2. Rompre l'isolement : les pistes pour bien s'entourer</b> .....	<b>21</b>
L'accompagnement : une pratique décisive... mais perfectible .....	22
Un foisonnement de réseaux, une coordination à affiner.....	24
<b>3. Anticiper, corriger : comment les acteurs publics ou privés agissent pour atténuer les disparités</b> .....	<b>27</b>
Traiter les stéréotypes au plus tôt.....	27
Face aux disparités, les plans se succèdent.....	29
<b>DÉCLARATIONS DES GROUPES</b> .....	<b>33</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>37</b>



---

## Auditions et remerciements

---

Le CESER remercie vivement l'ensemble des personnes qui ont contribué, par leurs témoignages lors d'auditions ou la transmission d'informations<sup>1</sup>, à l'enrichissement de cette réflexion :

- Auditions :

**Mme Magaly AUBE-SAUNAY**

Dirigeante de la Société OPTAMEA

**Mme Elodie AYMARD**

Chargée d'affaires - Normandie Capital Investissement (NCI)

**Mme Laurence BENISSAN**

Dirigeante de la Société IDD-Xpert

**Mme Chloë CAEN**

Dirigeante de la Société CFACIL

**Mme Fabienne CORRUBLE**

Présidente d'Actions et Territoires

**Mme Annabelle COUSIN**

Chargée de Mission Direction Générale des Services, référente PAR - Région Normandie

**Mme Laurence CUENIN**

Responsable Création et Entrepreneuriat Normandie et Centre Val de Loire - BPI France

**M. Antoine DELIANCOURT**

Vice-Président d'EPA

**M. Hugues DEMOULIN**

Directeur régional aux Droits des femmes et à l'Égalité entre les femmes et les hommes - SGAR

**Mme Marie Hélène DUCHEMIN**

Directrice Académique M2 Start-up et Développement Numérique – EMN Caen

**M. Sébastien FERDINAND**

Directeur des Territoires - BNP Paribas

**M. Benoît GAILLARD**

Directeur d'EPA (Entreprendre pour Apprendre)

---

<sup>1</sup> Les fonctions énoncées sont celles qui avaient cours au moment des entretiens.

**Mme Anne-Cécile GUITTON**

Directrice Associée de Normandie Capital Investissement (NCI)

**Mme Déborah PEYRUCQ**

Dirigeante de la Société SOCOTEX

**M. Nicolas RAULET**

Animateur partenariats Direction du Marché des Professionnels - Caisse d'Épargne Normandie

- Entretiens téléphoniques et contributions :

**M. Lamri ADOUI**

Président COMUe Normandie université

**Mme Charline BRANDALA**

Chargée de mission Politique de la Ville – Région Normandie

**Mme Pauline CHATEL**

Coordinatrice territoriale Normandie PEPITE Vallée de Seine

**M. Jérôme FOLLIN**

Chef adjoint service des études et de la diffusion - Insee

6

**Mme Karine GAVARD**

Responsable de la coordination des interventions auprès des jeunes, 100 000 Entrepreneurs

**Mme Alice LOFFREDO**

Directrice régionale déléguée – DRDFE SGAR

**M. Didier LORY**

Délégué aux projets transversaux, AD Normandie

**M. Mathieu LUET**

Innovation et Entrepreneuriat - PEPITE Vallée de Seine

**Mme Frédérique PELLIER**

Responsable Statistiques, Etudes, Evaluation – Pôle Emploi

**Mme Charline PINGUE**

Chargée d'études – Pôle Emploi

**Mme Laure SOUCAILLE**

Déléguée Départementale aux droits des femmes et à l'égalité F/H Seine Maritime

*Nous remercions également l'ensemble des femmes cheffes d'entreprises qui ont accepté de répondre à notre questionnaire en ligne en octobre 2019.*

---

## Composition de la 4<sup>e</sup> commission

« Développement économique »

---

Le CESER remercie l'ensemble des membres de la 4<sup>e</sup> commission pour leur contribution à cette étude :

<b>Lamri ADOUI</b>	<b>Catherine KERSUAL, vice-présidente</b>
<b>Roberte Gaëlle BARON</b>	<b>Sabine LEFEBVRE</b>
<b>Jacques BELIN</b>	<b>Xavier LERIBLER</b>
<b>Antoine BERBAIN</b>	<b>Véronique LEROUX</b>
<b>Mourad BOUKHALFA</b>	<b>Catherine LILLINI</b>
<b>Philippe CHRISTOPHE</b>	<b>Cécile MAIRE</b>
<b>Christophe CUSSET</b>	<b>Eléonore MANDEL</b>
<b>Daniel DE ROSA</b>	<b>Jean-Denis MESLIN</b>
<b>Jean-Pierre DELAPORTE</b>	<b>Jean-Luc MICHEL</b>
<b>Gabriel DESGROUAS</b>	<b>Dominique MONFILLIATRE</b>
<b>Mathias DUBOURGUAIS</b>	<b>Jean-Jacques MOREL-POIRIER</b>
<b>Catherine DUMOUTIER-MANIÈRE</b>	<b>Fabienne NICOLLE</b>
<b>Hervé FLEURY</b>	<b>Emilie OZOUF</b>
<b>Olivier FLEUTRY, président</b>	<b>Liza-France PAROISSE</b>
<b>Fabienne FOLLIOT</b>	<b>Claire-Hélène PÉGHAIRE-GAUDEUL</b>
<b>Dominique GARCONNET</b>	<b>Nadège PLAINEAU</b>
<b>Daniel GENISSEL</b>	<b>Dimitri ROGOFF</b>
<b>Gérard GILBERT</b>	<b>Arlette SAVARY</b>
<b>Philippe GIRAUD</b>	<b>Marie-Christine VANHEMS</b>
<b>Daniel HANCHARD</b>	<b>Jean-Dominique WAGRET</b>
<b>Rodolphe JOIGNE</b>	<b>Stéphane ZANCHET</b>

7

---

L'ensemble des travaux a été piloté par un groupe de travail constitué au sein de la commission :

<b>Olivier FLEUTRY, <i>Président</i></b>	<b>Fabienne NICOLLE</b>
<b>Cécile MAIRE, <i>Rapporteure</i></b>	<b>Rodolphe JOIGNE</b>
	<b>Claire-Hélène PÉGHAIRE-GAUDEUL</b>
	<b>Marie-Christine VANHEMS</b>

Et des autres commissions :

<b>Denys DECLERCQ</b>	<b>Caroline VOLLE</b>
-----------------------	-----------------------





*« L'entrepreneur·e est un personnage inspiré qui se lance dans des aventures dont il ne mesure pas les conséquences »*

Joseph A. Schumpeter, [après relecture par le CESER...](#)



# **AVIS**

Adopté par 97 voix pour et 17 abstentions



C'est un fait : en Normandie comme en France, l'entrepreneuriat est majoritairement une affaire d'hommes. Des explications, principalement sociologiques, permettent de mieux comprendre et de caractériser ce phénomène (chapitre 1). Pour autant, de nombreuses femmes ont franchi le pas de la création et le CESER a pris le temps d'aller à leur rencontre pour mieux dresser leur profil. Outre leur volonté et leur persévérance, il ressort que l'accompagnement et « l'effet réseau » ont souvent joué un rôle décisif dans leur parcours (chapitre 2). Le système est pourtant largement perfectible, et les acteurs publics ou privés mettent en œuvre différentes stratégies, de façon préventive ou corrective, pour cheminer vers l'équité (chapitre 3).

## 1. Entreprendre, une question de genre ?

Les données sont disparates mais ne laissent pas de place au doute : malgré une progression notable de la place des femmes au cours des dernières années, l'entrepreneuriat est encore un monde d'hommes, qui n'échappe pas aux stéréotypes de genre, même si des nuances doivent être apportées en fonction des secteurs considérés.

L'entrepreneuriat recouvre, selon les acceptations, une large palette d'activités, ayant trait aux initiatives de création de valeur ou de développement économique. Pour les besoins de son étude, le CESER a fait le choix de cibler spécifiquement l'acte de création d'entreprise, en l'occurrence par des femmes.

### **La progression de l'entrepreneuriat des femmes en Normandie : bien, mais peut mieux faire**

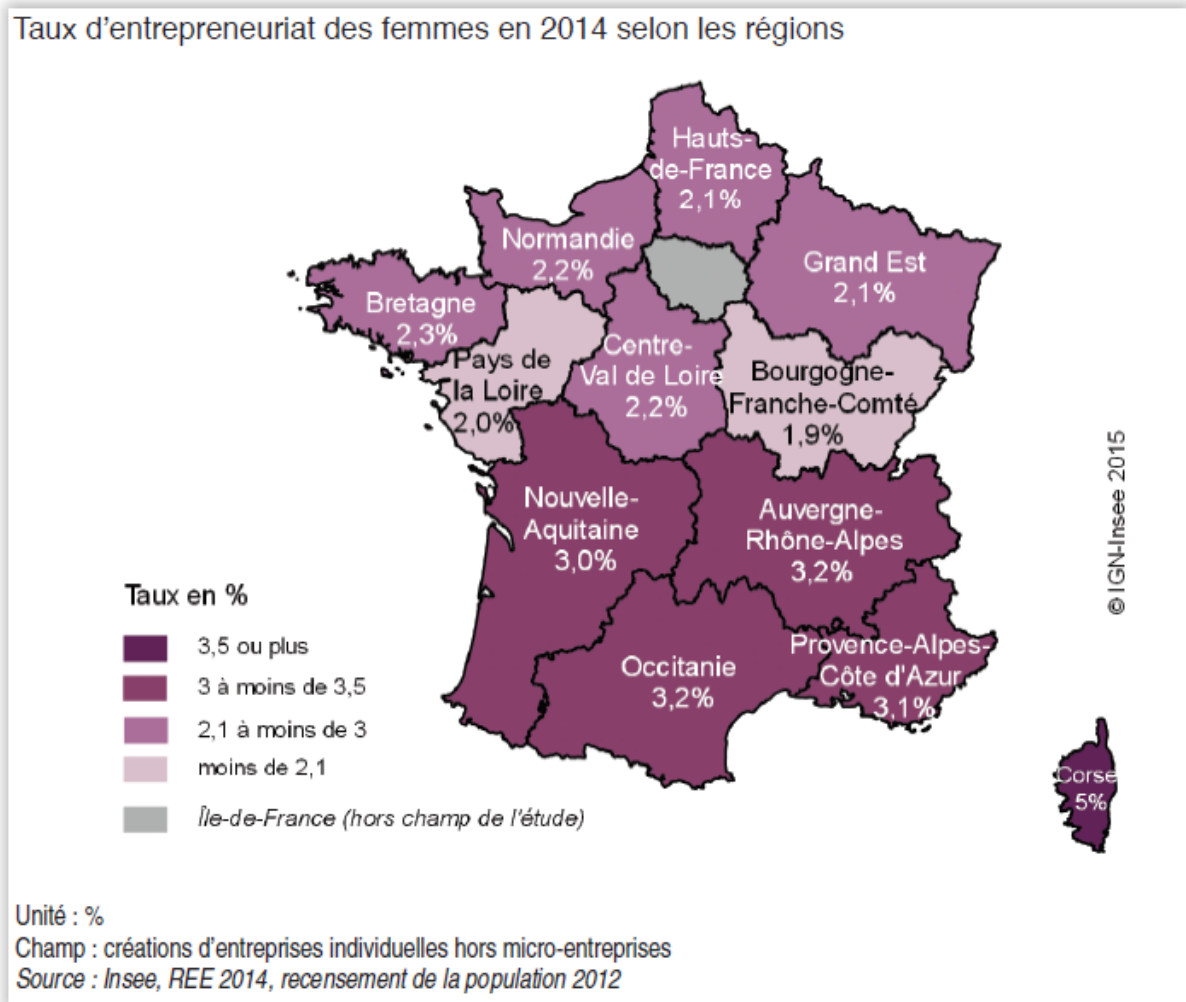
Les statistiques sur la place des femmes dans l'entreprise, et sur le rôle d'entrepreneure en particulier, existent, mais la multiplicité des sources donne une vision kaléidoscopique du sujet. Ajoutons que la Normandie est une région jeune, scindée en deux territoires jusqu'en 2016, limitant ainsi les comparaisons ou le suivi des évolutions.

Pour davantage de clarté et de cohérence dans son propos, le CESER a fait le choix de retenir comme référence la dernière étude en date de l'INSEE sur le sujet, parue en février 2017<sup>2</sup>. Il n'en demeure pas moins que d'autres analyses existent, portant sur des échantillons ou des territoires plus larges ou plus resserrés, qui ont aussi leur légitimité et que nous serons amenés à citer de temps à autre dans ce travail.

---

<sup>2</sup> Insee Analyses Normandie, *La dynamique de création d'entreprises favorable aux Normandes*, n°24, février 2017. La totalité des chiffres inclus dans cette sous-partie sont issus de ce document, de même qu'une grande partie des analyses.

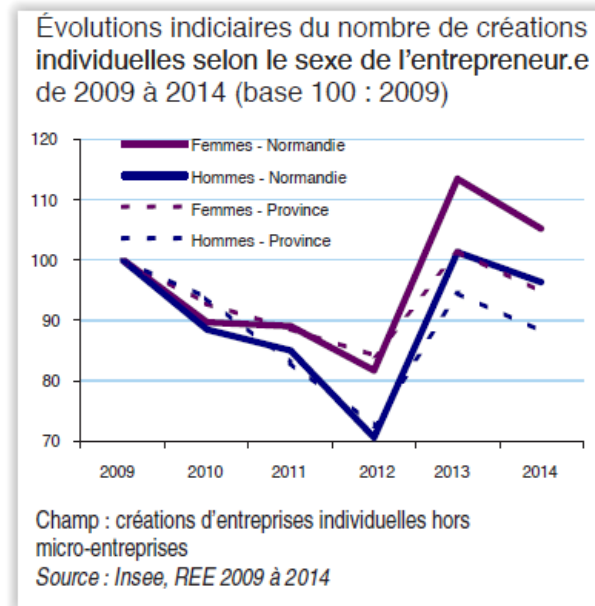
Selon l'INSEE donc, la Normandie se place au 8<sup>e</sup> rang des 12 régions métropolitaines (hors Ile-de-France) pour le **taux d'entrepreneuriat**<sup>3</sup> des femmes, avec 4 entreprises individuelles<sup>4</sup> sur 10 créées par des femmes (hors micro-entreprise), majoritairement dans les secteurs marchands, le commerce et a contrario très peu dans l'industrie. Indice encourageant : alors que le nombre de créations d'entreprises individuelles par des femmes s'accroissait en Normandie entre 2009 et 2014, il reculait en province de 5,4% sur la même période. La différence s'explique par les bonnes performances des créatrices normandes dans le secteur de la santé (au 1<sup>er</sup> rang des régions de province) ou encore du service aux entreprises (4<sup>e</sup> rang). Dans le détail, le Calvados se démarque avec un taux d'entrepreneuriat des femmes plus élevé (2,8% contre 2,2% en région), un chiffre qui peut s'expliquer par une économie présente plus représentée sur ce territoire.



<sup>3</sup> Le taux d'entrepreneuriat est le rapport du nombre de créations d'entreprises au cours de l'année sur la population active.

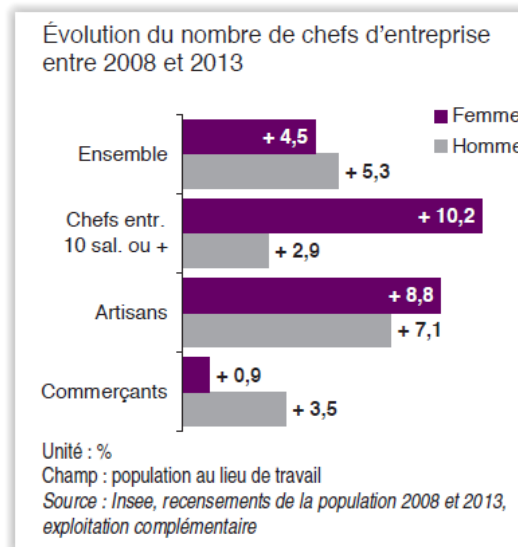
<sup>4</sup> L'Insee définit « l'entreprise individuelle » comme étant une entreprise qui est la propriété exclusive d'une personne physique exerçant son activité sans avoir créé de personne juridique distincte (commerçant, artisan, profession libérale, agriculteur).

Autre tendance significative: la **dynamique d'évolution** des créations d'entreprises est plus marquée pour les Normandes que pour les Normands, comme l'illustre le graphique ci-après.



Au total, la Normandie compte **24 620 cheffes d'entreprises (soit 30,4% de l'ensemble)** contre 28,8% en province (chiffres 2014). Un score qui place la région en tête des régions de province pour le taux de féminisation, aux côtés de la Bretagne et des Hauts-de-France. Comme ailleurs en France, les commerçantes sont les plus nombreuses parmi les cheffes d'entreprises, mais les artisanes et les cheffes d'entreprises de plus de 10 salariés sont aussi mieux représentées qu'en province.

15



La **pérennité** des entreprises étudiées est similaire pour les femmes et les hommes. Un peu plus de la moitié des entreprises individuelles créées en 2009 étaient toujours en activité cinq ans plus tard. A noter toutefois que cette pérennité est supérieure dans les services non-marchands pour les femmes (77%, soit 3 points de plus que les hommes). En revanche, les entreprises de services aux ménages créées par des femmes ont une durée

de vie nettement moins élevée que celles des hommes (de 15 points inférieure), sans doute en raison de la très faible durée de vie des entreprises de soins de beauté, qui ont très majoritairement une femme à leur tête.

Une analyse **sectorielle** permet de découvrir que les cheffes d'entreprises normandes exercent leur activité principalement dans les services personnels (coiffures, soins de beauté...), le commerce de détail et l'hébergement-restauration. Ces trois activités regroupent six dirigeantes sur dix (chiffres 2013).

Côté **diplômes**, on notera que les cheffes d'entreprises normandes sont plus souvent bachelières ou diplômées d'études supérieures. Elles sont ainsi 47,4% à détenir au moins le baccalauréat contre 37,7% des hommes (cf. tableau ci-après). Enfin, il faut relever un taux de féminisation plus élevé chez les **jeunes** : 31,4% des femmes cheffes d'entreprise ont moins de 40 ans, contre 28,7% chez les hommes.

Caractéristiques des chefs d'entreprises en 2013

	Femme	Homme
<b>Nombre de chefs d'entreprise</b>	<b>24 620</b>	<b>56 420</b>
<i>dont Commerçants</i>	<i>13 140</i>	<i>19 670</i>
<i>Artisans</i>	<i>9 910</i>	<i>30 120</i>
<i>Chefs d'entreprise de 10 salariés ou plus</i>	<i>1 570</i>	<i>6 630</i>
<b>Répartition par âge :</b>		
Moins de 40 ans	31,4%	28,7%
40 à 49 ans	32,7%	33,0%
50 ans ou plus	35,8%	38,3%
<b>Répartition par diplôme :</b>		
Aucun diplôme-BEPC-Brevet collège-DNB	21,6%	18,3%
CAP, BEP	31,0%	44,0%
<b>Baccalauréat</b>	<b>27,4%</b>	<b>18,6%</b>
Diplôme d'études supérieures	20,0%	19,1%
<b>Part à temps partiel</b>	<b>15,3%</b>	<b>6,0%</b>
<b>Part des chefs d'entreprises ayant des enfants</b>	<b>56,8%</b>	<b>55,6%</b>

Unités : nombre, %

Champ : population au lieu de travail

Source : Insee, recensement de la population 2013, exploitation complémentaire

Ainsi que nous l'avons précisé dans l'introduction, ces données synthétiques pourront être complétées par d'autres sources, dont les résultats vont dans un sens comparable à ceux présentés. Citons à titre d'exemple une étude plus ancienne de l'INSEE portant sur la Haute-Normandie, parue en 2014, dans laquelle les auteurs constataient que, bien que l'entrepreneuriat y soit moins développé qu'ailleurs, la présence des femmes était plus marquée, en particulier dans les activités tertiaires. Le dossier démontrait aussi que les



femmes étaient en moyenne moins souvent bénéficiaires d'aides à la création d'entreprises. On pourra aussi consulter avec intérêt les enquêtes menées par des réseaux bancaires (comme la Caisse d'Épargne ou la BNP, cf. annexe 2), des études de territoires (comme celle menée sur la métropole de Rouen, cf. annexe 8) ou les bilans réguliers présentés par différents organismes<sup>5</sup>.

**Le traitement statistique de la question de l'entrepreneuriat des femmes connaît donc de nombreuses limites. Le CESER encourage les producteurs de données, au premier rang desquels l'INSEE, à privilégier dès que cela est possible une analyse genrée des chiffres produits, a minima dans l'ensemble des études de la sphère socio-économique.**

La seule connaissance statistique ne suffira pas à donner un aperçu satisfaisant de la situation. Les données produites devront être complétées par des analyses sociologiques ou économiques pour éviter les mauvaises interprétations.

**Une priorité serait d'avoir une meilleure connaissance de la problématique, non seulement sous un angle statistique, mais également à travers une approche qualitative, en utilisant les apports des sciences sociales ou économiques pour mieux comprendre les difficultés. Pour ce faire, le CESER pense qu'un axe de recherche à l'échelle de la Normandie pourrait être mené. Cet axe de recherche pourrait s'inscrire dans la programmation 2021-2027 du contrat de plan État-Région (CPER), qui donnera la priorité aux actions relatives à l'enseignement supérieur et la recherche. Les services de l'Etat et de la Région doivent dès maintenant mobiliser les réseaux concernés pour les inciter à s'investir sur cet axe et profiter de leur expertise.**

## **Le risque, une vertu masculine dans l'inconscient collectif**

Entreprendre, c'est risquer. De perdre de l'argent, du temps, d'être confronté au jugement d'autrui... Les témoignages recueillis tendent d'ailleurs à montrer que c'est surtout vis-à-vis des autres que les femmes ont peur d'entreprendre, qu'il s'agisse de la crainte de décevoir leurs collègues ou leurs équipes, ou de ne pas pouvoir s'investir suffisamment dans leur vie personnelle et auprès de leur famille.

La possibilité d'un échec semble donc plus dissuader les femmes que les hommes. Des études indiquent par exemple que les femmes sont davantage réticentes à prendre des risques

---

<sup>5</sup> Au plan international, il peut être judicieux de consulter les travaux de l'ONU (*Women's Empowerment Principles: Global Trends Report 2018*), de l'OIT (*Rapport mondial sur les salaires 2018/2019. Quelles sont les causes des écarts salariaux entre hommes et femmes ?*), ou de l'Union européenne (*Report on Equality between Women and Men in the EU*). Au plan national, nous renvoyons le lecteur vers les nombreuses publications de l'Observatoire de la responsabilité sociale des entreprises (ORSE) et notamment un travail de 2016 sur *les réseaux féminins dans les entreprises*, ou encore vers les analyses du Réseau Entreprendre ou de la BPI.

financiers. Ainsi, 36 % des candidates à la création ont peur de ne pas dégager assez de revenu (contre 30 % des hommes), 25 % craignent l'échec financier pour l'entreprise (contre 24 % des hommes) et 18 % manquent de confiance en elles (contre 6 % des hommes)<sup>6</sup>. La répartition genrée des rôles dans la société, bien qu'abondamment documentée et dénoncée, reste une réalité entraînant une forte autocensure. Lorsqu'elles envisagent de franchir le pas, bon nombre d'entre elles pensent qu'elles ne sont pas « crédibles » ou « légitimes », selon les témoignages recueillis par le CESER. Le « syndrome de l'imposture », décrit par les sociologues, reflète cette réalité.

Blocages et difficultés peuvent d'ailleurs survenir dans toutes les phases de la création d'entreprise, de la formalisation du projet jusqu'à sa réalisation, en passant par le montage juridique ou financier. Dans son rapport sur l'entrepreneuriat des femmes en 2009<sup>7</sup>, le CESE pointait déjà les facteurs de blocage, parmi lesquels il relevait :

- **l'environnement socio-éducatif et culturel** avec le poids des préjugés, générateurs d'autocensure. L'imprégnation dès le plus jeune âge d'un schéma identitaire génère la reproduction de stéréotypes. Pour le choix des métiers (souvent genrés) et donc des filières de formation, le milieu scolaire et le milieu familial influencent les filles, qui manquent de confiance en elles. De plus, si l'environnement familial est dissuasif ou peu coopératif, l'abandon du projet de création n'est pas rare ;
- **l'environnement économique et financier** : le CESE évoque les freins réels ou supposés relatifs à l'accès à l'emprunt ou aux moyens financiers nécessaires à la création d'entreprises. Le secteur bancaire se montre frileux pour les TPE, et plus particulièrement celles dirigées par des femmes.

Ces considérations restent d'actualité, même si des éléments d'information recueillis par le CESER tendent à montrer une atténuation des disparités. Ainsi, dans une enquête menée auprès de 140 entrepreneures (cf. annexe 1), seule une faible proportion affirme avoir été confrontée à la méfiance des banques. De même, la grande majorité précise avoir reçu le soutien de leur environnement lors de la réalisation de leur projet.

Il n'en demeure pas moins que beaucoup de témoignages font encore état de la difficulté pour les femmes de trouver leur place dans des secteurs professionnels où la grande majorité des postes sont occupés par des hommes. Elles doivent alors faire la preuve, plus que leurs collègues masculins, de leur savoir-faire ou de leurs compétences.

La formation est à l'origine de bien des freins. Le baromètre de la conférence des grandes écoles<sup>8</sup> démontre par exemple que le taux moyen de féminisation reste encore faible dans les écoles d'ingénieurs (32,4% en moyenne) (cf. annexe 6). Dans son étude sur l'écosystème de la French Tech en Normandie, parue en 2019, le CESER évoque la place des femmes dans

<sup>6</sup> Observatoire annuel national BNP Paribas de l'entrepreneuriat au féminin 2019

<sup>7</sup> *L'entrepreneuriat au féminin*, rapport du CESE septembre 2009

<sup>8</sup> Conférence des grandes écoles, baromètre de l'égalité femmes-hommes 2019

l'univers de la « Tech »<sup>9</sup> et appuie sur le fait que seulement « 13 % des start-up de la Tech qui ont levé des fonds en 2016 étaient dirigées par des femmes ». Une situation inquiétante à l'heure où le numérique est un enjeu de pouvoir grandissant dans les entreprises. En France, on ne compte que 8 % d'étudiantes dans les spécialisations numériques, et les témoignages recueillis par le CESER illustrent la crainte des rares femmes présentes de n'être là « que pour les quotas » et pas pour les compétences.

**Le CESER a pu observer des initiatives intéressantes, comme par exemple celles de la fondation Cgenial ou de Science Action, qui ont pour mission de développer l'appétence pour les sciences et les technologies chez les jeunes, notamment dans les collèges et les lycées, en lien avec le Rectorat. Ces sensibilisations contribuent à déconstruire les stéréotypes de genre. Le CESER encourage le développement d'initiatives de cette nature dans les établissements scolaires de la région.**

LES PRINCIPAUX FREINS EVOQUÉS LORS DES AUDITIONS PAR LE CESER  
DE FEMMES ENTREPRENEURES EN NORMANDIE

→ Des freins endogènes pour se lancer dans l'entrepreneuriat :

- Le manque de confiance en soi, d'estime
- La peur de prendre des risques financiers, et le besoin de les limiter
- La peur de l'échec, la peur d'être jugée
- Le syndrome de l'imposteur
- Le fait de ne pas se sentir légitime
- La nécessité de faire davantage ses preuves

→ Des freins exogènes pour se lancer dans l'entrepreneuriat :

- Les stéréotypes de genre, les préjugés
- L'orientation et la formation initiale
- Les métiers genrés
- La pression sociale, la culpabilisation
- La disponibilité familiale : préserver l'équilibre vie privée/professionnelle

→ Des freins exogènes pour concrétiser le projet :

- Le manque de crédibilité face aux banques
- Le manque de connaissance des dispositifs d'aides

De nombreuses méthodes ou procédés ont été portés à la connaissance du CESER pour aider les futures créatrices à lever les freins qui les empêchaient de traduire en acte leur projet. Parmi ces solutions, on peut retenir la méthode dite du *Go, No Go*<sup>10</sup> (« j'y vais ou je n'y vais pas »). Cet outil, utilisé dans les processus de prise de décision ou de gestion de projets, a été testé avec succès dans les projets d'entrepreneuriat des femmes : il permet de lever les freins

<sup>9</sup> *L'écosystème de la French Tech en Normandie*, Mars 2019 (p.92-93)

<sup>10</sup> Méthode préconisée par Marie Hélène Duchemin en phase ante-création. Plus d'information à retrouver dans son article de recherche paru dans *Management international* « enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice » p.116-117

psychologiques à l'intention de créer, liés aux stéréotypes de genre, et les freins liés à la famille et aux enfants. Le CESER a pu constater que l'efficacité du dispositif avait été éprouvée notamment au sein de petits groupes composés exclusivement de femmes.

**Le CESER encourage la promotion de méthodes de prise de décision dans les différents réseaux d'entrepreneures et plus généralement dans les réseaux et organismes d'accompagnement à la création ainsi qu'au sein des incubateurs. Le Go, No Go par exemple, dont la mise en œuvre est aisée et l'efficacité éprouvée, constitue un outil central dans l'accompagnement des femmes souhaitant se lancer dans l'entrepreneuriat. Les séances peuvent également donner l'occasion de communiquer sur les acteurs, les aides et d'une façon générale abonder la dynamique de l'entrepreneuriat des femmes en Normandie.**

## Franchir le pas : les mécanismes déclencheurs

Malgré les obstacles évoqués précédemment, nombreuses sont celles qui franchissent le pas de la création. Quel est l'élément déclencheur ? Tous les cas de figure existent, rappelle l'INSEE dans une étude, qui met en lumière que les femmes créant leur entreprise étaient majoritairement salariées dans le secteur privé (pour près de 30 % d'entre elles), au chômage depuis moins d'un an (près de 25 %) ou à leur compte (15 %)<sup>11</sup>. Cette répartition est quasi-similaire à celle des hommes. La même étude recensait les motivations des entrepreneurs (hommes et femmes) pour créer leur entreprise : indépendance, goût d'entreprendre et nouveaux défis sont les justifications les plus courantes, quel que soit le sexe.

Seul un facteur serait propre aux femmes : le **besoin d'harmonie entre la vie professionnelle et la vie familiale**. Mais gare aux faux-semblants : si « monter sa boîte » semble promettre plus de flexibilité que le travail salarié, il ne faut pas oublier que l'indépendance est souvent synonyme de temps de travail plus long, avec des horaires atypiques. De plus, les inégalités hommes/femmes se maintiennent pour le travail domestique, entraînant des contraintes supplémentaires<sup>12</sup>.

**Il est patent qu'une demande sociétale de conciliation entre vie privée et vie professionnelle n'est pas suffisamment prise en compte par les pouvoirs publics. La garde d'enfants est souvent le premier point de blocage à lever, que ce soit pour les femmes ou pour les hommes. Le CESER suggère à la Caisse d'allocations familiales (CAF), à la Région, aux Départements et aux intercommunalités de se saisir de cette problématique en lançant des appels à projets visant la mise en place de solutions d'accueil prenant en compte la demande (horaires adaptés, flexibilité...) notamment dans les zones rurales, répondant aux difficultés des hommes ou femmes entrepreneur.e.s, mais**

---

<sup>11</sup> INSEE, *La place des femmes dans le dynamisme économique haut-normand*, novembre 2014

<sup>12</sup> Centre d'étude de l'emploi et du travail, *L'indépendance favorise-t-elle l'articulation travail/famille ?*, avril 2019

**également de tous les salariés confrontés à des situations de travail non-conventionnelles.**

L'idée d'indépendance est également tempérée par des travaux universitaires récents<sup>13</sup>. Il semblerait par exemple que des ruptures professionnelles importantes soient souvent le déclencheur, même si elles ne sont pas évoquées en tant que telles. Les femmes préfèrent parler de volonté de se lancer dans une carrière d'entrepreneure plutôt qu'évoquer un sentiment de nécessité. Le phénomène de prise en étau entre un « plancher collant » (qui retient les femmes dans les fonctions les moins élevées) et un « plafond de verre<sup>14</sup> » (qui les bloque dans leur ascension professionnelle) crée souvent une rupture avec l'entreprise.

Certaines formes d'activités se prêtent mieux que d'autres au contournement des difficultés : c'est le cas des **coopératives d'activités et d'emplois (CAE)**. Ce concept original donne la possibilité à tout porteur de projet de tester son activité en toute sécurité. La CAE lui offre un statut d'entrepreneur salarié qui lui permet de percevoir un salaire et de bénéficier de la couverture sociale d'un salarié ordinaire. Constituée sous la forme d'une SCOP, son fonctionnement est assuré par un gérant et des chargés de mission. Elle présente en outre l'avantage d'assurer une gestion administrative, incluant la tenue d'une comptabilité, le calcul des salaires et la réponse aux obligations fiscales et sociales. En contrepartie, l'entrepreneur.e salarié.e verse une contribution pour le financement de ces services<sup>15</sup>.

**Grâce à ses caractéristiques facilitatrices et sécurisantes, la CAE encourage fortement le passage à l'acte. Pour preuve, 55% des entrepreneurs salariés en CAE sont des femmes (alors qu'elles ne représentent que 30% des créateurs d'entreprises, tous statuts confondus<sup>16</sup>). La CAE répond donc aux problématiques identifiées précédemment et le concept mérite d'être davantage porté à la connaissance des candidates à l'entrepreneuriat. Toutefois, les CAE sont encore peu présentes dans les zones peu denses ou rurales ; le CESER incite la Région à lancer un appel à projet pour encourager des créations là où les besoins se font sentir, en partenariat avec l'URSCOP et la CRESS.**

## 2. Rompre l'isolement : les pistes pour bien s'entourer

Phénomène bien connu du monde de l'entrepreneuriat, le risque d'isolement est encore plus élevé chez les femmes. Bon nombre d'explications sont à rechercher dans les stéréotypes de

<sup>13</sup> Voir à ce propos la thèse de Marie-Hélène Duchemin sur *L'accompagnement collectif au féminin en phase ante-crédation : son impact sur l'intention entrepreneuriale*, thèse de Doctorat préparée au sein de l'IAE de Caen, novembre 2016

<sup>14</sup> Les concepts de « plancher collant » et « plafond de verre » sont repris dans différentes sources scientifiques. On pourra consulter par exemple les travaux de Ann-Sophie De Pauw, Stijn Baert et Nick Deschacht, *Do Employer Preferences Contribute to Sticky Floors ?*, publiée dans " Industrial and Labor Relations Review " (mai 2016).

<sup>15</sup> Source : BPI Création

<sup>16</sup> Source : réseau Coopérer pour Entreprendre

genre, et la difficulté des femmes à se faire une place au sein des réseaux du monde entrepreneurial a été mise en évidence par la sociologie<sup>17</sup>. La situation évolue néanmoins : depuis quelques années, les initiatives se multiplient pour permettre aux intéressées de s'entourer. Entre conseil et réseaux, la panoplie des solutions s'étoffe d'année en année.

### **L'accompagnement : une pratique décisive... mais perfectible**

On ne compte plus les structures s'étant donné pour vocation, de façon exclusive ou parmi d'autres prestations, d'accompagner ou de soutenir les entrepreneures. Consulaires, banques, fonds d'investissement et de capital-risque, voire institutions publiques, beaucoup proposent leur diagnostic, leur solution, leurs aides, leurs moyens de financement...

La plupart des dispositifs visent l'accompagnement à la création d'entreprise sans critère de genre. La Région Normandie a fait le choix de rassembler ses outils autour d'un guichet unique qui permet aux créatrices et aux créateurs d'être accompagnés durant toute la phase de mise en œuvre de leur projet et de bénéficier d'un suivi durant trois ans pour optimiser les chances de pérennisation.

22 Baptisé «  **Ici je monte ma boîte**  », le dispositif est piloté par l'Agence de développement Normandie (ADN) et a été mis en place en 2016. Depuis août 2019, la Région Normandie fait appel aux prestations de partenaires dans le cadre d'un marché public pour « l'accompagnement à la création reprise d'entreprise »<sup>18</sup>. Les différents réseaux consulaires (Chambres de Commerce et d'Industrie et Chambres de Métiers et de l'Artisanat, Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire) proposent plus de 70 points d'accueil et d'information sur l'ensemble du territoire normand.

Les candidats à la création d'entreprise disposent ainsi d'un accompagnement personnalisé et de proximité dans des lieux d'accueil labellisés sur l'ensemble du territoire normand, ainsi que d'un interlocuteur unique pour tous les contacts nécessaires. Le système permet également d'avoir accès aux aides financières de la Région par le biais du dispositif « Coup de Pouce », le Prêt d'honneur Normandie DEF1, l'aide à la formation pour développer les compétences entrepreneuriales, ou encore le Fonds régional de garantie.

**Le dispositif « ici je monte ma boîte » a fait ses preuves. Il donne globalement satisfaction aux utilisateurs, hommes ou femmes. Néanmoins, en phase de post-crédation, la thématique de l'accompagnement est encore insuffisamment développée. Un débriefing est proposé une fois par trimestre,**

---

<sup>17</sup> Voir à ce propos les travaux de Marion Rabier, notamment *Le ciel de plomb des organisations patronales*, La Découverte, 2016/1 n°35 ou *L'accès des femmes au pouvoir économique, une cause de riches ?*, Presses de Sciences Po, 2013/1 n°89, en collaboration avec Soline Blanchard et Isabel Boni-Le Goff. Les deux documents sont consultables sur [Cairn.info](http:// Cairn.info)

<sup>18</sup> Les groupements titulaires des marchés se distinguent selon le type de public (tout public ou public éloigné de l'emploi) et font appel à des opérateurs d'accompagnement selon les 4 phases d'avancement de la création d'entreprise : diagnostic, construction, structuration et intermédiation financière, appui au démarrage et développement de l'entreprise.

**ce qui est peu, surtout dans la phase initiale, car les barrières (notamment psychologiques) restant à lever sont encore nombreuses. Le CESER suggère de privilégier des échanges au moins une fois par mois au cours de la première année.**

**Le dispositif « Ici je monte ma boîte » pourrait être utilement complété par un autre dispositif intitulé « Ici je développe ma boîte ». L'idée serait d'avoir, en plus de l'accompagnement, accès à des actions collectives de formation et de coaching. Le dispositif ne serait évidemment pas réservé aux femmes, mais il profiterait réellement à ces dernières du fait des freins identifiés précédemment.**

D'autres actions, mises en œuvre par la Région Normandie, peuvent être utilisées afin d'accompagner les créatrices d'entreprises, à l'image du dispositif « Impulsion Conseil ». L'objectif est de soutenir les entreprises normandes par le recours à des prestations de conseil externes, afin de les aider à mettre en place un projet stratégique. Les petites et moyennes entreprises sont éligibles au dispositif, mais pas les entreprises individuelles. Cette exclusion s'appuie sur une double considération : d'une part, le public éligible s'élargirait considérablement et des surcoûts notables seraient à prévoir ; d'autre part, cela reviendrait à proposer une aide à la personne. Si l'on peut comprendre ce raisonnement, il est dommageable qu'une large frange des créatrices et créateurs d'entreprises ne puissent pas bénéficier de ce type de conseil.

**Pour y remédier, le CESER propose de s'inspirer du dispositif local d'accompagnement (DLA), qui permet à des structures d'utilité sociale employeuses ou pour la création d'un premier emploi, de bénéficier d'un appui technique s'inscrivant dans la durée. Un dispositif similaire tourné vers les entreprises individuelles pourrait être créé. Les projets seraient éligibles à la condition d'avoir un objectif de croissance et d'embauche, et seraient sélectionnés par un comité existant. Ce dispositif serait évidemment mixte, mais il profiterait de facto aux femmes qui sont plus nombreuses à se tourner vers les entreprises individuelles.**

Afin de limiter l'impact budgétaire d'une telle proposition, le CESER note que les crédits prévus chaque année pour le dispositif « impulsion conseil » ne sont jamais consommés à 100%. Le reliquat pourrait être utilisé afin de mettre en place ce dispositif d'accompagnement aux entreprises individuelles.

Toujours dans l'objectif d'accroître la performance de l'accompagnement, la formation des acteurs n'est pas à négliger. Une forte proportion des témoignages recueillis fait état d'une

prise en compte insuffisante, par les accompagnateurs, des problèmes spécifiques aux femmes.

**Des outils dédiés existent (qu'il s'agisse de formation à l'accompagnement ou de questionnements systématiques à intégrer aux outils classiques). Les témoignages recueillis par le CESER montrent qu'il est urgent d'acculturer et de former les acteurs de l'accompagnement aux spécificités de l'accueil des femmes, par exemple à travers l'écoute active. Le CESER propose que les structures principales œuvrant sur ce créneau – notamment la Région Normandie à travers les guichets  *Ici je monte ma boîte*  ou bien via la plateforme de BPI Création - travaillent de concert sur une expérimentation de ce type. A l'issue de l'expérimentation, et en coordination avec les réseaux d'entrepreneures, un guide des pratiques pourrait être diffusé à tous les acteurs de l'accompagnement.**

### **Un foisonnement de réseaux, une coordination à affiner**

Les réseaux ou clubs d'entrepreneures fleurissent depuis quelques années, en Normandie comme partout ailleurs en France. Leur vocation, à l'image des autres structures du même type, est de rassembler des personnes ayant des problématiques communes et de réaliser des actions de communication ou de lobbying.

24

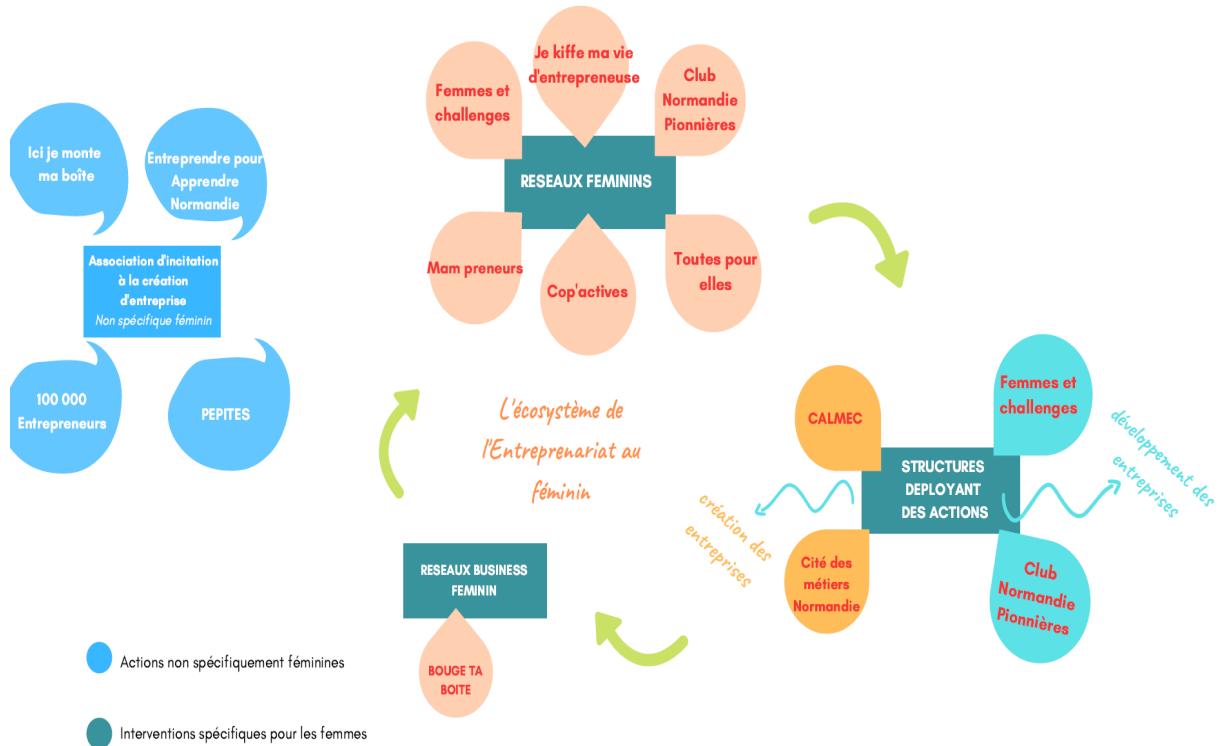
Le système connaît un réel succès : 44 % des femmes entrepreneures déclarent être membres d'un réseau professionnel. 71 % d'entre elles perçoivent ces réseaux comme un lieu d'échanges et d'information, 33 % les utilisent pour faire connaître leur entreprise, et 10 % des femmes y adhèrent pour trouver un avantage commercial<sup>19</sup>.

Ces réseaux occupent donc une place importante dans le paysage de l'accompagnement des entrepreneures. Certains affichent un label national, avec un rayonnement à l'échelle régionale, et d'autres ont été créés spécifiquement en Normandie, à quoi il faut ajouter de multiples initiatives locales.

---

<sup>19</sup> Observatoire annuel national BNP Paribas de l'entrepreneuriat au féminin 2019





Parmi les principaux réseaux, il faut citer le club *Femmes et Challenges*, porté par la CCI Seine Estuaire et qui rassemble plus de 500 membres, *Normandie Pionnières* (dix ans d'existence, une soixantaine de membres) ou encore *Toutes pour elles – Osez entreprendre* (créé en 2016 à Cherbourg et qui compte environ 70 membres). D'autres réseaux se concentrent sur des publics spécifiques, à l'image de *Force femmes Normandie*, qui soutient les femmes sans emploi de plus de 45 ans dans leurs démarches de retour à l'emploi ou de *WiN Normandie*, qui œuvre pour inciter les femmes à investir les carrières scientifiques, en particulier dans le nucléaire. Notons enfin l'apparition de réseaux plus récents, qui ont émergé via les réseaux sociaux, tels que *jekiffemaviedentrepreneusenormandie*, créé en 2017 et rassemblant déjà plus de 300 membres. Nous renvoyons le lecteur intéressé à l'annexe 3 pour plus de détail.

**Les réseaux sont indispensables. Leur succès est la preuve de leur utilité et ils se sont fortement développés en Normandie au cours des dernières années. Ils ont chacun leur identité, leurs spécificités, et gagneraient à être encore mieux connus. Le CESER propose pour cela de créer un répertoire et une cartographie des réseaux ayant pour objet l'accompagnement des femmes, sous la forme d'un site internet, alimenté par les différentes structures concernées. Cette action trouverait sa pertinence dans le cadre de la prochaine actualisation du PAR.**

Ces réseaux féminins, en partenariat avec les chambres consulaires ou les institutions publiques, multiplient les manifestations pour faire connaître et mettre à l'honneur les

parcours d'entrepreneures. Citons par exemple « *Normandes en Tête* », au CID de Deauville, qui se tient depuis 2011 à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes. Il propose des conférences et des ateliers permettant la découverte d'outils (de la gestion de son temps aux outils numériques, ou de la recherche d'emploi à la création d'entreprise). C'est un rendez-vous qui compte en Normandie.

Ce type de rassemblement ou de remise de prix ne fait pas l'unanimité : faut-il vraiment distinguer et genrer les trophées ? La question est légitime, mais au-delà de la seule récompense, qui a au moins le mérite de promouvoir le travail accompli, le CESER estime important de mettre en avant des exemples de réussite pouvant encourager d'autres personnes à franchir le pas de l'entrepreneuriat.

**Il convient donc d'encourager les initiatives de remise de prix ou de récompense. Derrière l'aspect accessoire du prix en lui-même, ces événements attirent l'attention du public et des médias, peuvent susciter des vocations et participent de la lutte contre les stéréotypes de genre. Il est toutefois important de ne pas se contenter de mettre en œuvre ces actions dans les seuls secteurs où les femmes ont du mal à exister (comme les métiers du numérique ou de l'industrie) mais également dans ceux où elles sont déjà bien représentées, tels que le commerce ou les services à la personne. Les actions menées par la Chambre des Métiers peuvent servir d'exemple en la matière, à l'instar du prix « Madame Artisan » remis chaque année, ou encore des « Pépites de l'Artisanat » décernées par la Chambre des Métiers de Seine-Maritime. Selon le CESER, la direction régionale au droit des femmes et à l'égalité (DRDFE) peut, par ses actions et sa communication, encourager de telles initiatives.**

Enfin, il a été mis en évidence au cours de l'enquête menée par le CESER que le co-working, pratique déjà largement développée, créait un environnement favorable à la démarche entrepreneuriale des femmes, parce qu'il permet le dialogue et l'échange d'expériences. Pour des raisons de fréquentations, les espaces de co-working sont aujourd'hui surtout situés au sein des grandes villes, et leur présence fait défaut dans les villes moyennes ou en zone rurale.

**Le CESER encourage la création, dans les villes moyennes ou en zone rurale, d'espaces de co-working intégrés, pour les nécessités de fonctionnement et de réduction des coûts, à des tiers lieux ou à des lieux bien identifiés (comme une mairie ou un café). L'Etat et la Région, dans le cadre de leurs dispositifs respectifs (Action Cœur de Ville, Revitalisation des centres bourgs, fonds européens LEADER), mais aussi des acteurs privés qui mettent certains de leurs bureaux à disposition, sont en mesure de soutenir de telles actions.**

### 3. Anticiper, corriger : comment les acteurs publics ou privés agissent pour atténuer les disparités

Que ce soit en amont des inégalités ou après les avoir constatées, des structures ou des dispositifs incitatifs ou contraignants sont en place pour faire bouger les lignes.

#### Traiter les stéréotypes au plus tôt

Action de sensibilisation dans les écoles, simulation ludique à la création d'entreprise, modules particuliers dans l'enseignement supérieur, actions collectives auprès des entreprises... Une large palette d'expérimentations sont menées afin d'éviter la reproduction des comportements stéréotypés et d'encourager les volontés naissantes. Mais est-ce suffisant ?

Parmi les initiatives existantes, on peut citer :

- **Entreprendre pour Apprendre (EPA) Normandie** : l'association s'investit auprès de collégiens et de lycéens en faveur d'un éveil à l'entrepreneuriat. Reconnue et agréée pour intervenir dans les établissements scolaires, la structure existe depuis 11 ans. Reposant sur un financement public/privé, la parité est de mise au sein du conseil d'administration de l'association. Grâce à des activités ludiques, elle déconstruit les stéréotypes de genre autour des métiers et encourage les jeunes à mettre en avant leurs compétences et leurs ambitions, en portant une attention particulière à ce que les filles se projettent autant que les garçons sur des postes de direction. EPA utilise pour ce faire le concept de mini-entreprise, qui, sur une année scolaire, permet de faire vivre aux élèves l'expérience de la création d'une vraie entreprise. Un prix spécial « Entreprendre au féminin » est également décerné par l'association. 135 projets ont été accompagnés en 2019 sur le territoire normand, pour lesquels EPA veille à accroître le nombre de femmes qui parrainent les mini-entreprises ;
- **PEPITE** : une trentaine de Pôles étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat (PEPITE) existent en France. L'objectif est d'associer la vie étudiante à l'envie d'entreprendre en proposant un accompagnement à la création d'entreprise, de l'idée à la création. La déclinaison normande du programme, *PEPITE Vallée de Seine*, s'adresse aux étudiantes et étudiants des écoles comme des universités. Porté par la ComUE (communauté d'universités) Normandie Université, environ 400 candidats sont accompagnés chaque année, parmi lesquels 30% de femmes ;
- **100 000 entrepreneurs** : cette association d'intérêt général s'est donné pour mission de transmettre la culture et l'envie d'entreprendre aux jeunes de 13 à 25 ans, via des témoignages d'entrepreneur.e.s dans les établissements d'enseignement. En 2018-2019, l'association a organisé en Normandie 65 témoignages (dont 40 réalisés par des femmes) qui ont permis de toucher plus de 1700 jeunes normand.e.s. Au niveau

national, elle organise chaque année la « semaine de sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat féminin », depuis 2013. En mars 2019, 26 témoignages ont été organisés en Normandie, permettant de sensibiliser 844 jeunes.

Le développement de l'esprit d'initiative, ou de la culture entrepreneuriale, est particulièrement important tout au long du cursus scolaire. Le manque de temps ou de volontaires pour accompagner ces projets limitent malheureusement les possibilités. Cependant, le CESER a pu apprécier l'intérêt et le succès du concept de mini-entreprise, porté par l'association Entreprendre pour Apprendre, qui inclut dans ses actions la lutte contre les stéréotypes de genre.

**Le CESER encourage l'Education nationale et les associations de parents d'élèves à relayer et faire connaître le concept de mini-entreprise, le principal obstacle restant à lever étant les difficultés internes au fonctionnement des établissements (manque de moyens, de temps ou d'appétence pour le sujet). En cohérence avec les objectifs affichés par l'Etat, ayant fait de l'égalité hommes-femmes une grande cause du quinquennat, et dans la mesure où ce programme y participe pleinement, les actions du réseau EPA pourraient être intensifiées dans les établissements scolaires.**

**Le CESER note également que le programme PEPITE, destiné à valoriser l'envie d'entreprendre chez les étudiant.e.s, est déjà intégré au contrat de plan interrégional Etat-Région (CPIER) Vallée de Seine pour la période 2014-2020. Il est souhaitable que la future programmation du CPIER renouvelle son soutien à l'accompagnement des étudiant.e.s-entrepreneur.e.s, sur un périmètre géographique identique (incluant les sites universitaires de Caen, Rouen, Le Havre et Cergy-Pontoise) et en ajoutant une approche visant à rééquilibrer le nombre de projets portés par des femmes ou des hommes.**

De façon générale, la communication sur les métiers reste marquée par les stéréotypes hommes-femmes, en formation initiale comme en formation continue. Qu'il s'agisse des documents produits par les collectivités locales, les structures de formation ou des organisations professionnelles, la représentation de nombreux clichés demeure.

**Le CESER insiste pour que les stéréotypes soient combattus à la source. Les acteurs amenés à communiquer sur les formations ou les métiers doivent en être conscients. Des guides de bonnes pratiques existent : le Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes a par exemple publié une documentation intitulée « pour une communication publique sans stéréotype de sexe », qui pourrait être plus largement diffusée. La future Agence de l'orientation pourrait l'utiliser ou s'en inspirer pour produire son propre guide.**

## Face aux disparités, les plans se succèdent

En dépit des différentes actions de prévention, les disparités entre hommes et femmes dans le monde de l'entrepreneuriat persistent. La puissance publique déploie, depuis plusieurs années, un certain nombre de plans et de stratégies pour corriger ces inégalités, par l'incitation ou la coercition.

Depuis les années 80, la loi introduit progressivement une logique égalitaire dans la représentation des hommes et des femmes au sein de l'entreprise, et plus généralement dans le monde du travail. Parmi les avancées significatives récentes, il faut mentionner, en 2011, la **loi Copé-Zimmermann** qui a imposé des quotas de femmes et d'hommes au sein des conseils d'administration. En 2014 est promulguée la **loi pour l'égalité réelle entre les hommes et les femmes**, dont les mesures phares visent à inciter les pères à prendre un congé parental, à conditionner l'accès aux marchés publics au respect par les entreprises de l'égalité professionnelle, ou encore étendre à tous les champs de responsabilité le principe de parité. Relevons également l'obligation de mixité proportionnelle dans les candidatures aux **élections professionnelles**, en vertu de la loi Rebsamen de 2015 sur le dialogue social. Les listes doivent être composées alternativement d'un candidat de chaque sexe.

En 2017, la lutte en faveur de l'égalité homme-femme est décrétée « **grande cause nationale** ». De nombreuses mesures ont ainsi été annoncées pour assurer « la transmission de la culture de l'égalité », parmi lesquelles la nomination d'un « référent égalité » dans les établissements scolaires ou des nominations plus équilibrées sur les emplois de direction de l'Etat. Des actions visent également à supprimer les écarts salariaux entre hommes et femmes. Une méthodologie est déployée depuis mars 2020 dans toutes les entreprises de plus de 50 salariés via un logiciel intégré aux logiciels de paye. En cas d'écart salarial trop important<sup>20</sup>, l'entreprise devra mettre en place des mesures correctives, et s'exposera à une pénalité financière pouvant aller jusqu'à 1% de sa masse salariale si les écarts ne sont pas corrigés.

**Le CESER propose que la Région, ainsi que l'ensemble des organismes publics, intègrent la valeur de « l'index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes » comme critère optionnel dans l'attribution des marchés publics ou comme critère de pondération pour les aides économiques, selon des modalités à définir. Le lien avec l'entrepreneuriat des femmes est indirect, mais il existe : le « plafond de verre » évoqué précédemment contraint un certain nombre de femmes ayant une volonté d'entreprendre à quitter leur entreprise, plutôt que d'évoluer en interne.**

De vastes plans sont également mis en œuvre pour accompagner cette dynamique. C'est ainsi que naît en 2012 le **plan national de développement de l'entrepreneuriat féminin**, qui visait

---

<sup>20</sup> C'est-à-dire un index inférieur à 75 points. Calculé sur une base de 100 points, l'index repose sur 4 ou 5 indicateurs (en fonction de la taille de l'entreprise), tels que l'écart de rémunération hommes-femmes ou l'écart de répartition des augmentations individuelles.

à faire progresser de 10 points la part des femmes entrepreneures dans le pays. Il préconisait en particulier de développer l'accompagnement des projets des femmes et de faciliter leurs accès aux financements. Dans la foulée, le plan « Entreprendre au féminin » mobilisait les services de l'Etat en région pour décliner certaines actions. Même s'il n'a pas entièrement donné satisfaction, faute de moyens, ledit plan a été prolongé jusqu'en 2020 dans le cadre du 1<sup>er</sup> plan interministériel 2016-2020 en faveur de l'égalité professionnelle.

Mais c'est surtout avec le **Plan d'Action Régionale (PAR) pour l'entrepreneuriat des femmes** que les initiatives gouvernementales ont trouvé leur vitesse de croisière en Normandie, ainsi qu'un cadre stabilisé. Déclinaison locale d'un accord-cadre entre l'Etat et la Caisse des dépôts, le PAR se veut à la fois un moyen d'émancipation, de développement, de croissance et d'innovation. La première génération de plan, mis en place dès 2012 dans l'ex région Basse-Normandie, avait notamment permis d'accroître la connaissance sur le sujet. Désormais élargi au périmètre normand, une nouvelle convention a été mise en œuvre pour la période 2018-2020, entre l'Etat, la Caisse des dépôts (remplacée depuis par la BPI Normandie), la Caisse d'Epargne Normandie et la BNP Paribas Normandie (cf. annexe 2).

Quatre axes structurent le nouveau PAR : la promotion de la création et de la reprise d'entreprises par les femmes, la promotion des outils financiers pour les femmes, le développement d'actions dans les territoires fragiles et auprès des publics jeunes, la valorisation de l'entrepreneuriat des femmes par la formation, la sensibilisation et la communication. Les signataires ont également souhaité avoir une meilleure connaissance de la situation : une mission a donc été confiée à l'association Les Premières afin de mieux comprendre la situation et repérer les besoins sur trois territoires : Rouen (voir annexe 8), Evreux et Cherbourg.

**Outil incontournable de la promotion de l'entrepreneuriat des femmes, le PAR recense de façon exhaustive les constats et défis à relever. Son déploiement est malheureusement encore limité, du fait de moyens humains insuffisants. Un plan de cet envergure mériterait *a minima* d'être suivi par une personne à temps plein, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui. L'effort budgétaire sur ce poste pourrait être accompagné par les différents signataires, qu'ils soient publics ou privés.**

Enfin, plusieurs actions sont engagées dans le cadre de la politique de la ville. Selon une étude du Crédoc<sup>21</sup>, les femmes représentent aujourd'hui 22% des entrepreneurs résidants en zone urbaine sensible (ZUS), contre 32% hors ZUS. Afin de corriger cette disparité, la Région Normandie soutient des initiatives de sensibilisation et d'accompagnement à la création d'entreprise dans les Quartiers prioritaires de la ville (QPV). On peut citer notamment les actions de l'Association pour le droit à l'initiative économique (Adie) qui s'investit fortement sur le terrain en organisant les « Semaines de l'entrepreneuriat » dans les QPV des

---

<sup>21</sup> CREDOC, *L'entrepreneuriat des femmes dans les quartiers populaires : un objectif difficile à atteindre*, n°281, mars 2016

agglomérations de Caen, Le Havre et Rouen. Des travaux réunissant la Région, BPI France et l'AD Normandie sur la sensibilisation à l'entrepreneuriat dans les quartiers prioritaires sont en cours. Le CESER suggère d'en profiter pour renforcer et rendre plus visibles les différentes initiatives menées dans les QPV en faveur de l'entrepreneuriat des femmes.

**En synthèse, les 16 propositions du CESER pour encourager l'entrepreneuriat des femmes en Normandie**

1. Pour améliorer la connaissance du sujet, inciter les producteurs de statistiques à adopter une approche genrée dans la présentation des résultats. Dans le cadre de la priorité donnée à l'ESR pour le CPER 2021-2027, définir un projet de recherche permettant de combler les lacunes statistiques et sociologiques sur le sujet.
2. Encourager les collègues et les lycées à développer l'appétence pour les sciences et les technologies chez les jeunes, en particulier les filles.
3. Promouvoir la méthode du *Go, No Go* au sein des réseaux féminins et des organismes d'accompagnement.
4. Favoriser les solutions d'accueil atypiques pour la garde d'enfants, notamment en milieu rural, via des appels à projets.
5. Faire connaître et encourager la création de coopératives d'activité et d'emploi, qui offrent un statut juridique sécurisant pour les entrepreneures.
6. Augmenter la fréquence des points de débriefing dans le cadre du dispositif « Ici je monte ma boîte », et le compléter par un autre dispositif centré sur des actions collectives de formation et de coaching.
7. Créer un dispositif de conseil aux entreprises individuelles, tourné vers la croissance et la création d'emploi, sur le modèle des dispositifs locaux d'accompagnement (DLA).
8. Dans le cadre d'une expérimentation, former les professionnels de l'accompagnement à l'écoute active, afin de produire un guide à destination de tous les professionnels de l'accompagnement.
9. Créer un répertoire des réseaux de l'accompagnement des femmes.
10. Encourager les initiatives de remise de prix tous secteurs confondus.
11. S'appuyer sur les dispositifs de la Région, de l'Etat et les fonds LEADER pour créer de nouveaux espaces de co-working adossés aux tiers lieux et aux lieux de vie (mairies, café...) en zone rurale.
12. Intensifier les actions du réseau Entreprendre pour Apprendre dans les établissements scolaires.
13. Maintenir le programme PEPITE dans le prochain CPIER en ajoutant une approche visant à rééquilibrer le nombre de projets portés par des femmes et des hommes.
14. Lutter contre les stéréotypes à la source dans l'information sur les métiers, à travers la diffusion d'un guide des bonnes pratiques.
15. Prendre en compte l'index de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, pour les entreprises concernées, comme critère optionnel dans l'attribution des marchés publics et moyen de pondération des aides économiques.
16. Dédier un poste à temps plein pour le suivi et l'animation du PAR.



# **DÉCLARATIONS DES GROUPES**



## Groupe CGT

Monsieur le Président,  
Chers collègues,

Entreprendre est une liberté fondamentale figurant dans la déclaration des droits de l'Homme et du citoyen de 1789. Rappelons que cette liberté ne vaut que par les responsabilités sociétales qu'elle induit afin d'assurer la prééminence de l'intérêt général sur les intérêts privés. Les politiques de ces dernières années n'ont fait que diminuer ces responsabilités. Aujourd'hui, elles sont remises en cause par la crise sanitaire. Citer, en ouverture de document, l'économiste qui fonde son étude sur la marchandisation de la société selon son principe de « destruction créatrice » donne ainsi une orientation à l'avis présenté. Faut-il dès lors favoriser la participation, aussi bien des femmes et des hommes, à un système économique qui intègre le moins-disant social et environnemental ? Cette interrogation conduit donc le groupe CGT à exprimer des remarques sur cet avis, tant sur son utilité sociale, que sur l'intérêt à poursuivre cette réflexion.

Le souhait de mettre en avant l'entrepreneuriat au féminin en Normandie et ainsi repérer les freins à la création ou la reprise d'entreprises par les femmes, participe de l'ambition du CESER à l'émergence d'une réflexion autour de la place de celles-ci dans la sphère économique régionale. Le groupe CGT est toujours attentif à l'égalité et l'équité hommes-femmes, notamment dans le monde du travail. Pour le groupe CGT, l'utilité sociale de cette étude ne peut se concevoir qu'à travers une réflexion plus large sur la place des femmes dans la société et sur la réalité de leurs rôles dans la vie économique de la région. Nous nous sommes ainsi questionnés sur les femmes entrepreneures, interrogeons-nous maintenant sur les conditions de travail des femmes salariées qui représentent la moitié de la population active, notamment sur les secteurs de « première ligne ». Nous ne pouvons donc qu'encourager une suite à cette étude, à l'aune de l'après-crise sanitaire qui rend visible le manque de reconnaissance salariale des métiers peu qualifiés mais pourtant essentiels. Par ailleurs, l'étude évoque également des facteurs qui caractériseraient la crainte des femmes à entreprendre alors que nous pensons qu'ils pourraient concerner bon nombre de métiers :

- les représentations sociales qui peinent à sortir de la figure masculine
- les stéréotypes de genre vis-à-vis des métiers à l'occasion de l'orientation pendant la scolarité
- la conciliation vie familiale et professionnelle qui pèse plutôt sur les femmes
- la sectorisation des activités ouvertes le plus aux femmes

Parmi d'autres éléments convenus, nous retrouvons la crainte de l'emprunt bancaire qui n'est pas forcément l'apanage de la gent féminine. Une liste des différents dispositifs existants en matière de création ou de reprise d'entreprise nous est présentée. Les opérateurs qui les organisent et les mettent en œuvre dans le cadre de leur offre de service sont identifiés. Ces derniers, les consulaires et les établissements bancaires pour la plupart, sont bien présents sur le champ sans avoir engagé une stratégie « genrée » vis-à-vis des clients potentiels. Alors que nous constatons cette indifférenciation, il serait intéressant de travailler, non pas seulement sur le recensement des dispositifs des différents prestataires, mais également sur les

motivations intrinsèques et extrinsèques des femmes qui s'engagent dans une activité de cheffe d'entreprise ou d'auto-entrepreneure. Nous pourrions ainsi nous questionner sur la part de celles-ci qui refusent des conditions de travail salarié en rupture avec leur envie d'évoluer ou tout simplement leurs compétences. Enfin, que nous disent ces dispositifs qui représentent un coût pour les finances publiques ou les bénéficiaires ? Comment peut-on mesurer leur efficacité et l'impact sur les femmes qui y ont recours ?

De façon plus générale, le groupe CGT s'indigne des dérives liées à ce statut d'auto-entrepreneur qui contribue à accroître la précarité du travail. Récemment, nous apprenions que Mc Do se lançait dans le "recrutement" d'auto-entrepreneurs pour développer les livraisons à domicile, suite à la crise sanitaire. Dans la même veine, les auto-entrepreneurs dépendant de plates-formes constituent une main d'œuvre corvéable et jetable, privée de protection du code du travail et de conventions collectives, permettant aux véritables « patrons » de s'émanciper des cotisations sociales. Par ailleurs, pour pallier au manque de poste dans l'enseignement supérieur et la recherche, l'auto-entrepreneuriat devient trop souvent un recours pour prétendre aux vacances et en conséquence vivre avec un revenu de misère... Le groupe CGT s'est impliqué dans ce comité d'étude. Il va sans dire que pour des syndicalistes issus du mouvement ouvrier ce genre d'exercice paradoxal n'est pas une tâche aisée. Nous nous y sommes pourtant astreint ! Gageons, comme nous le préconisons au lancement de cette étude et comme nous le rappelons au début de cette déclaration, que le CESER saura, sans tarder, donner une suite sur la place et le rôle des femmes salariées dans la vie économique et sociale de la Région.

# **ANNEXES**

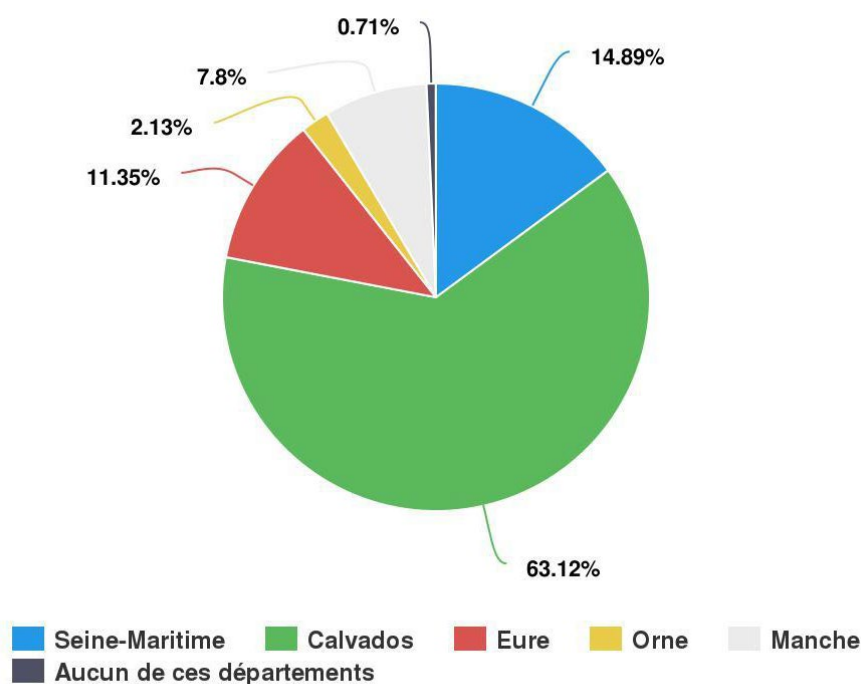


## Annexe 1 : les femmes normandes s'expriment

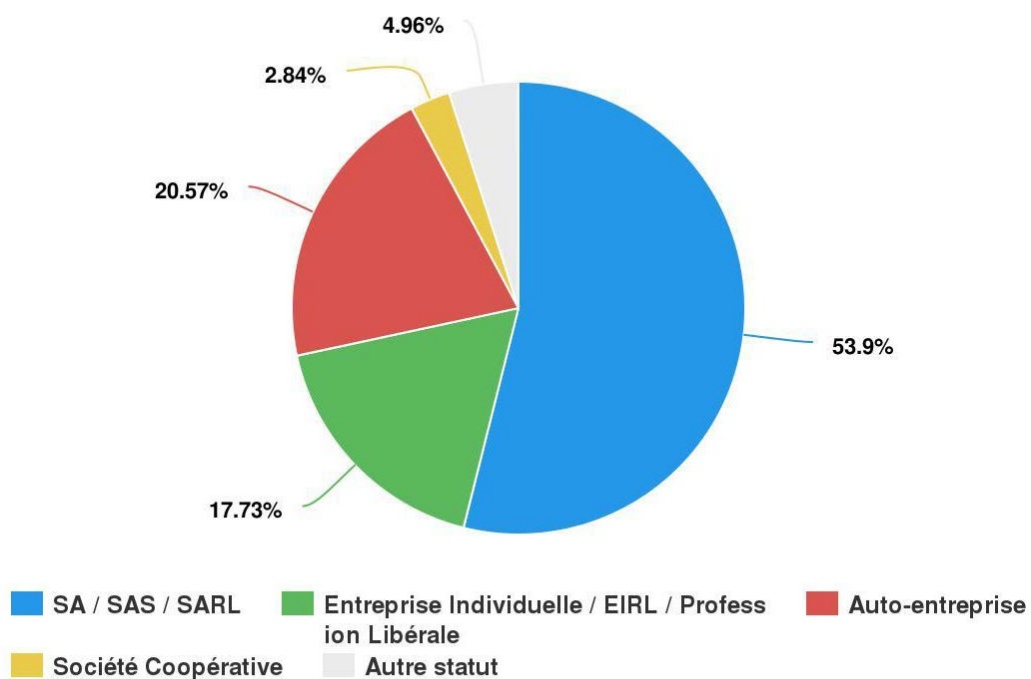
Afin de répondre à la difficulté de caractérisation de la situation en région, le CESER a auditionné des femmes cheffes d'entreprises aux expériences variées, et a également diffusé un questionnaire en septembre-octobre 2019 auprès de réseaux de femmes entrepreneures. Les réponses reçues n'ont pas vocation à dresser un portrait statistique précis et représentatif de la situation régionale, mais elles permettent néanmoins de souligner quelques problématiques d'actualité spécifiques à notre territoire.

140 réponses complètes ont pu être traitées.

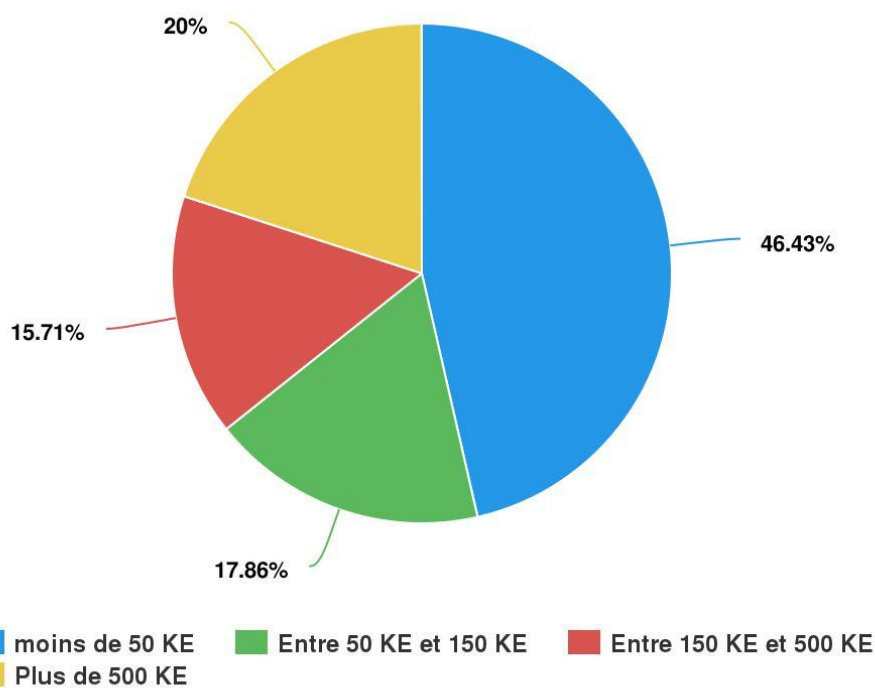
Les femmes ayant répondu au questionnaire ont majoritairement leur entreprise implantée dans le Calvados. Ceci peut peut-être s'expliquer par une plus large diffusion du questionnaire via des réseaux actifs dans ce département.



Plus de la moitié des réponses traitées (53%) proviennent de sociétés anonymes (SA, SAS ou SARL). L'échantillon restant se répartit entre les auto-entreprises (20%), les entreprises individuelles (17%) et dans une faible mesure des sociétés coopératives (moins de 3%).



Les chiffres d'affaires des entreprises interrogées sont en grande partie inférieurs à 50 000 € (46% de l'échantillon), mais un nombre significatif de répondantes déclarent un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 € annuel (20%).





## **Le contexte de la création : une volonté d'indépendance et un rôle clé de l'entourage**

La décision de création ou de reprise d'entreprise a très largement été motivée par la volonté d'exercer un **travail plaisant** (68%), permettant d'être **indépendante et autonome** (62%). Une très faible proportion de répondante déclare avoir franchi le pas par **nécessité économique** (6%). Une grande majorité affirme que leur **entourage** a joué un rôle central dans leur décision : dans plus de la moitié des cas, il s'agit du / de la conjoint(e) (52%) ou de leurs réseaux (29%). Elles sont par ailleurs 84% à affirmer avoir entendu, en amont de leur décision, des **compliments** sur leurs compétences de la part d'une personne importante à leurs yeux. Quant au **choix de l'activité**, il s'est fait à 78% en fonction des appétences, et dans une moindre mesure des diplômes (42%). Plusieurs témoignages évoquent aussi des rencontres, des expériences ou des opportunités.

## **Le financement : des prises de risques, peu de difficultés avec les banques**

Près du tiers des répondantes (63%) ont affirmé avoir pris des **risques financiers** au moment de la création d'entreprise. Celles qui estiment ne pas en avoir pris ont pu s'appuyer sur un **cadre sécurisant** (à l'instar des coopératives d'activités et d'emplois) ou œuvraient dans des secteurs nécessitant peu ou pas de capital. 40% affirment avoir bénéficié **d'aides à la création** (Pôle Emploi, ACCRE, prêt d'honneur, CCI, BPI...). Seules 18% considèrent qu'être une femme a été une difficulté supplémentaire dans leur relation avec les **banques**.

## **Un accompagnement relativement bien développé, des réseaux plébiscités**

Un peu plus de la moitié des répondantes déclarent avoir bénéficié d'un **accompagnement technique** pour la création ou la reprise de leur entreprise (via leur réseau, leur comptable, une chambre consulaire...). Au jour le jour, 69% ont la possibilité de consulter des personnes ou des structures ressources lorsque survient une **décision à prendre** (famille, avocat, conjoint, club, comptable...). La très grande majorité fait partie d'un **club** ou d'une **association d'entrepreneurs**, seules 8% disent ne pas en ressentir le besoin. 55% estiment vivre dans une **région attentive** à leurs besoins de cheffes d'entreprises.

## **Vie pro, vie perso : des contraintes plutôt bien gérées**

60% des cheffes d'entreprises affirment que concilier **vie personnelle et vie professionnelle** n'est pas un problème au quotidien. Nombreuses sont celles qui évoquent la nécessité d'avoir un **conjoint** investi dans la vie familiale, ainsi qu'une bonne organisation. 35% disent avoir été contraintes de **ralentir** leur activité en raison de leur vie personnelle (la présence d'un enfant est souvent évoquée).

## Les stéréotypes existent, mais ne sont pas bloquants

79% déclarent ne pas avoir été confrontées à des **difficultés particulières**, en tant que femme, au moment de la création de leur entreprise. Celles qui l'ont été dénoncent le **machisme** ambiant et en appellent à l'éducation pour changer les mentalités. 66% affirment ne pas ressentir le poids des **stéréotypes** dans leur quotidien de cheffes d'entreprise. 85% affirment qu'il ne s'agit pas d'un **frein** dans leur activité. Elles sont néanmoins 69% à penser que certains **domaines** sont difficiles d'accès pour les femmes, au premier rang desquels la construction, l'industrie et le transport.

# Annexe 2 – L'observatoire annuel BNP Paribas – 2 édition – octobre 2019

## OBSERVATOIRE BNP PARIBAS DE L'ENTREPRENEURIAT AU FÉMININ EN FRANCE

Sous le haut marrainage de Marlène Schiappa, secrétaire d'État chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes



### LEURS MOTIVATIONS ET LEURS FREINS

POUR **60%**  
DES FEMMES  
l'aventure entrepreneuriale  
est **une forme d'engagement  
pour changer la société**

VS 51% DES HOMMES

**37%**  
SE LANCENT  
POUR AVOIR  
**+ D'AUTONOMIE**

VS 49% DES  
ENTREPRENEURS



**36%**  
ONT PEUR DE  
NE PAS DÉGAGER  
ASSEZ DE  
REVENUS

**18%**  
MANQUENT DE  
CONFIANCE  
EN ELLES

VS 6% DES  
ENTREPRENEURS

### LEURS ENJEUX EN ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT



LE RÔLE DES RÉSEAUX  
PROFESSIONNELS

**71%**  
des femmes  
perçoivent ces réseaux  
comme un lieu  
d'échanges  
et d'information

**10%**  
y adhèrent pour  
« trouver un avantage  
commercial »

VS 23%  
DES HOMMES



LE FINANCEMENT

**19%**  
des créatrices  
ont recours  
au financement  
bancaire

**+10%**  
par rapport  
à 2018



### LEUR ÉTAT D'ESPRIT FACE À L'AVENIR

**76%**  
ont une grande confiance  
en l'avenir

**58%**  
ont pour ambition de tripler  
leur chiffre d'affaires

**31%**  
souhaitent se développer  
à l'international

Observatoire annuel national BNP Paribas de l'entrepreneuriat au féminin, par Occurrence, réalisé auprès d'un échantillon de **615 entrepreneures et entrepreneurs** en France (dont **327 femmes entrepreneures**), via un questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI du 15 juillet au 15 août 2019.

2019



**BNP PARIBAS**

La banque  
d'un monde  
qui change



## **Annexe 3 : les réseaux féminins en Normandie**

### **Femmes et Challenges**

Créé en novembre 2017.

Club de la CCI Seine Estuaire. Plus de 500 membres : cheffes d'entreprises essentiellement dont un quart ont moins de 3 ans d'activité, mais aussi des porteuses de projet ou des cadres. Slogan : « plus fortes ensemble ! ».

Mise en œuvre d'un programme de 5 actions ciblées : la formation aux porteuses de projet afin de les soutenir techniquement et moralement et permettre la levée des freins ; le parrainage par une cheffe d'entreprise pour accompagner et soutenir tant les porteuses de projet que les femmes jeunes entrepreneures ; un fonds pour un soutien financier du réseau à l'entrepreneuriat des femmes ; des actions de sensibilisation auprès de publics féminins dans des lieux de formation ou de recherche d'emploi ; l'organisation de campagnes via les médias afin de promouvoir des femmes entrepreneures.

Ambition : porter la Normandie de la 8<sup>e</sup> à la 5<sup>e</sup> place des régions les plus créatrices d'entreprises par les femmes.

### **Normandie Pionnières**

Le club compte près de 80 membres, 200 sympathisantes et 1300 abonnées. Ce réseau, dynamique et collaboratif, est implanté depuis 12 ans dans le Calvados (Caen) et plus récemment dans la Manche (Saint Lô). Sa mission est de développer et professionnaliser l'entrepreneuriat féminin en Normandie et plus particulièrement d'accompagner les entrepreneures en développement grâce à une variété d'actions :

- un Petit Dej' mensuel avec des interventions de professionnels ;
- deux ateliers mensuels animés par des Pionnières qui partagent leur expertise;
- des groupes de co-développement pour favoriser le partage d'expérience et répondre à des problématiques précises
- plusieurs visites d'entreprises par an (Filt, Saint James, Bohin...);
- des évènements régionaux et conférences inspirantes autour de l'entrepreneuriat féminin.

Le club Normandie Pionnières est également partenaire d'un projet interreg France Angleterre Accelerating Women's Entreprise.

### **Toutes pour elles – Osez entreprendre**

Créé en 2016 à Cherbourg. Œuvre dans la Manche.

Environ 70 membres, dans des secteurs d'activités différents.

Rassemble des femmes créatrices d'entreprises, afin de donner l'envie à d'autres femmes.

Différentes actions menées à la fois en direction des femmes pour devenir entrepreneures, mais également vers les décideurs politiques, économiques et le grand public.

Exemples : les « cafés Femmes Entrepreneures » pour un partage d'expérience auprès de femmes souhaitant créer, les « Rencontres Toutes Pour Elles » pour les membres avec un accueil dans l'entreprise d'une entrepreneures, les actions de communication (forum, concours, affichage)...

### **Les Mampreneurs**

Réseau créé par des femmes pour entreprendre autrement afin de pouvoir concilier sa vie familiale et de cheffe d'entreprise. Offre la possibilité de développer le business dans une ambiance simple, conviviale et solidaire, à travers des échanges constructifs.

### **Force femmes Normandie**

Soutien les femmes sans emploi de plus de 45 ans dans leur démarche de création d'entreprise et de retour à l'emploi. L'association permet un accompagnement spécifique et personnalisé.

### **Jekiffemaviedentrepreneuseennormandie**

Créé en juin 2017 via Facebook. Plus de 310 membres.

Actif dans le Calvados, l'Eure et la Seine Maritime.

Rassemble les femmes entrepreneures qui aiment leur travail et qui veulent sortir de l'isolement de la cheffe d'entreprise, motiver d'autres femmes en partageant leur expérience. Organisation de temps de rencontres et d'échanges autour de valeurs communes dont l'envie de réussir et la bienveillance.

### **WiN Normandie (Women In Nuclear)**

Situé dans la Manche, à la Hague. Environ 70 membres.

Œuvre pour inciter les femmes à faire des carrières scientifiques.

Intervient en milieu scolaire et universitaire afin d'informer les jeunes sur les divers métiers et les formations correspondantes, principalement dans le nucléaire. Organise au niveau national des prix destinés aux femmes, des conférences, et met en place des partenariats avec des industriels.

### **BPW France (Business Professional Women)**

ONG créée à l'origine pour faire avancer la cause des femmes au travail.

Milite pour l'égalité homme/femme dans le monde du travail en encourageant les femmes à utiliser toutes leurs capacités et à prendre la place qui leur revient dans la vie économique.

Récemment, création d'un club à Evreux où les femmes se retrouvent chaque mois autour d'un projet commun.

### **Les Cop'Activ**

Offre à toutes les femmes la possibilité de se rencontrer dans une ambiance bienveillante pour des échanges, pour s'entraider, et partager des expériences, lors de déjeuners dans différentes villes de Normandie chaque semaine, ou lors de soirée à thèmes

**Ladies lunch Rouen**

Exclusivement réservé aux femmes qui ont une fonction à responsabilités dans leur entreprise. Permet de favoriser les échanges et les bonnes pratiques professionnelles, la solidarité, de se faire connaître et développer son réseau.

**Bouge ta boîte**

Réseau dont l'objectif est de faire uniquement du business entre femmes afin d'augmenter le chiffre d'affaires de leurs entreprises et d'enrichir leurs compétences.

Organisé en cercles dans différentes villes de France, dont en Normandie, et fonctionne selon un système de recommandations.





## **ANNEXE 4**

### **Indice entrepreneurial français 2018 Infographie**



# L'INDICE ENTREPRENEURIAL FRANÇAIS 2018

## Les femmes



sont ou ont été inscrites dans une **dynamique entrepreneuriale**



\*Quartiers prioritaires de la politique de la ville

## Les composantes de l'Indice entrepreneurial des femmes

### LES INTENTIONNISTES

qui ont l'intention de créer ou de reprendre une entreprise



### LES PORTEUSES DE PROJET

ayant engagé des démarches pour créer ou reprendre une entreprise



### LES ENTREPRENEURES

dirigeantes ou associées travaillant dans l'entreprise qu'elles ont créée



### LES FERMETURES

femmes ayant créé et dirigé une entreprise aujourd'hui fermée ou cédée



## MOTIVATIONS ET AMBITION DES FEMMES

### INTENTIONNISTES ET PORTEUSES DE PROJET

- 52% être son propre patron
- 48% s'épanouir, réaliser un rêve
- 35% gagner plus d'argent
- 22% changer de métier
- 22% se lancer un défi

### ENTREPRENEURES

- 46% être son propre patron
- 34% gagner plus d'argent
- 28% s'épanouir, réaliser un rêve
- 24% ne pas, ne plus être salariée
- 20% se lancer un défi

23%



**DES INTENTIONNISTES**  
souhaitent développer fortement  
les investissements et l'emploi

16%



**DES INTENTIONNISTES**  
souhaitent se déployer  
à l'international

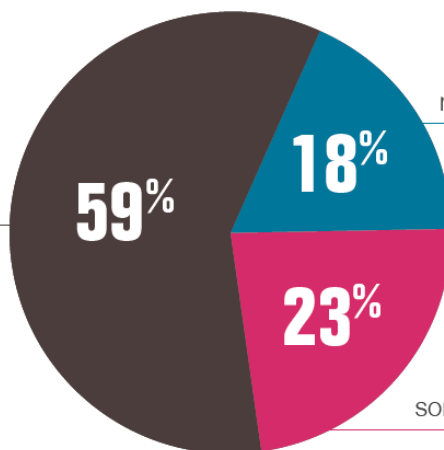
## LES FEMMES HORS DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE



y ont pensé, mais ne  
souhaitent pas créer

**pour les raisons suivantes :**

- 28% investissements financiers trop importants
- 27% sécurité d'un emploi salarié
- 24% risque d'échec trop important
- 18% démarches administratives trop importantes



n'ont jamais songé à créer

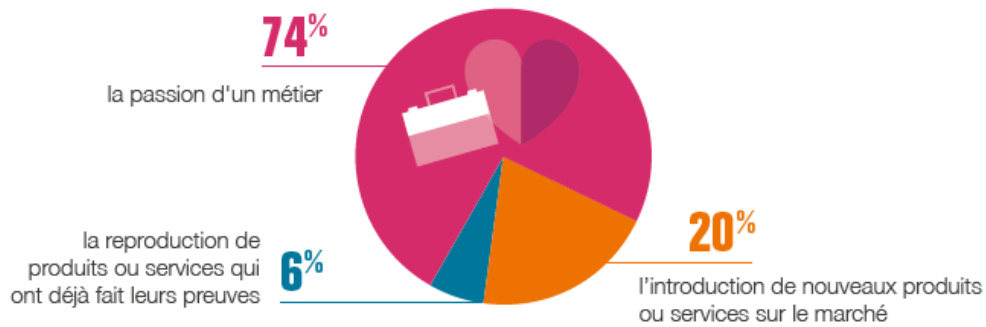


sont dans une dynamique entrepreneuriale

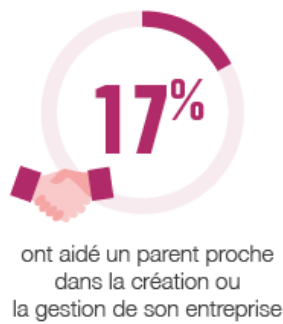


# LA CULTURE ENTREPRENEURIALE DES FEMMES

Pour les Françaises, créer ou reprendre une entreprise **serait avant tout motivé par :**

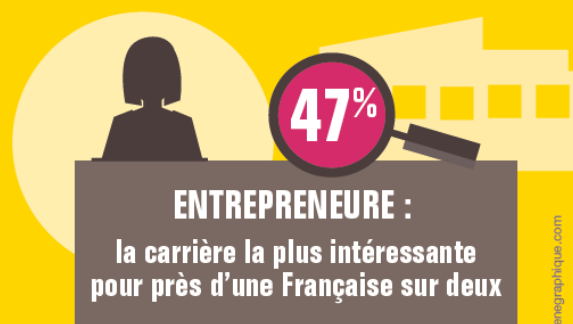
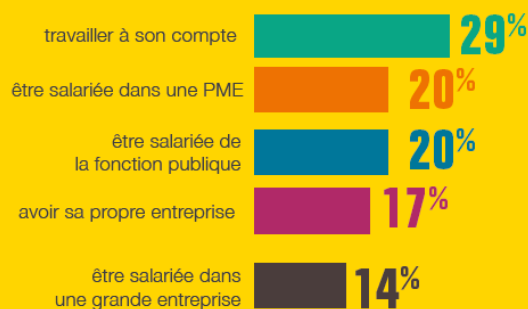


**31%** des femmes de France ont des **antécédents ENTREPRENEURIAUX**



46% des hommes ont des antécédents entrepreneuriaux dont 24% ont suivi une formation et 29% ont monté ou dirigé une association.

## Le choix de carrière le plus intéressant selon les femmes



Retrouvez tous ces résultats et d'autres dans le rapport d'enquête intitulée «Indice entrepreneurial français 2018 - 2<sup>e</sup> édition »

Enquête réalisée par TMO régions auprès de 2 500 répondants. Le panel global est constitué de 2 échantillons interrogés en ligne entre le 26 juin et le 20 juillet 2018 et d'un troisième échantillon d'habitants des quartiers prioritaires des politiques de la ville (QPV) interrogés par téléphone du 22 juin au 10 juillet 2018. Le premier échantillon de 1 003 personnes est représentatif de la population de 18 ans et plus vivant en France, selon la méthode des quotas (genre, âge et CSP par grande région). Le deuxième, un sur-échantillon de 1 011 personnes « cibles » composé de 108 dirigeants d'entreprise, 102 ex-dirigeants d'entreprises, 200 porteurs de projets, 300 intentionnistes et 300 demandeurs d'emploi. Le troisième échantillon de 503 répondants habitant dans les QPV est représentatif des habitants de 18 ans et plus vivant dans les 1293 QPV selon la méthode des quotas (genre, 3 tranches d'âge, en emploi/sans emploi, nationalité française/étrangère et typologie « emploi » des QPV).



## **ANNEXE 5**

**Extrait  
du guide de présentation de l'association Entreprendre pour  
Apprendre**





# ENTREPRENDRE POUR APPRENDRE

est une fédération d'associations loi 1901 à but non lucratif dont l'objet est d'aider les jeunes à révéler leur potentiel grâce à un projet pédagogique collectif et co-construit, à mission entrepreneuriale. Nos programmes s'adressent aux 9 - 25 ans en milieu scolaire, dans l'enseignement général, technologique ou professionnel, mais aussi aux jeunes en insertion professionnelle.

À travers les projets qu'ils mettent en œuvre, les jeunes découvrent le monde professionnel, leur environnement économique et développent leur esprit d'initiative ; ils osent devenir les acteurs de leur avenir.

Nous accompagnons tous les jeunes, quels que soient leur parcours et leur origine, grâce à notre forte implantation locale (16 associations régionales en France métropolitaine et outre-mer). Nous appartenons au réseau européen et mondial Junior Achievement Worldwide, présent dans 120 pays, depuis 100 ans.

Entreprendre pour Apprendre est agréée par le Ministère de l'Éducation nationale comme activité complémentaire de l'école.

## La pédagogie Entreprendre Pour Apprendre

Nos programmes fonctionnent sur une méthodologie commune permettant aux jeunes d'alterner travail en équipe, expérimentations, réalisations concrètes, présentation des projets devant des tiers.

Les Chiffres **35 000**

jeunes participent aux programmes

**2700**

enseignants, et formateurs animent les programmes

**16**

associations régionales Epa

**2200**

parrains et marraines accompagnent les projets des jeunes



## Une alliance éducative qui fait bouger les mentalités

Nos programmes reposent avant tout sur un binôme : l'enseignant/le formateur et le parrain/la marraine (entrepreneurs, intrapreneurs, collaborateurs) qui font vivre le projet aux jeunes. Cette **alliance éducative** entre **pédagogues** et **professionnels de l'entreprise** est au service du développement des compétences des jeunes. Le pédagogue apporte sa capacité à mettre en œuvre un dispositif d'apprentissage et à garantir un cadre éducatif ; le professionnel apporte sa connaissance du monde de l'entreprise, du travail collaboratif et du besoin d'innovation propre à tout projet entrepreneurial. Les permanents EPA accompagnent l'équipe projet pendant l'année.





## Nos programmes



**CM1 À LA 6<sup>e</sup>**  
**12H DE PROGRAMME**

Les élèves découvrent le monde économique correspondant à leurs espaces de vie, accompagnés par un enseignant et un parrain. Grâce à des ateliers ludiques et créatifs ils sont invités à imaginer des activités économiques pour ce territoire.



**14-25 ANS**  
**DE 36H À PLUS DE 100H/AN**

Un groupe de jeunes crée une entreprise, accompagné par un parrain/une marraine et par un enseignant/formateur. De l'idéation à la commercialisation réelle d'un bien ou d'un service, ces jeunes vont suivre des étapes concrètes réparties sur une année.



**14-25 ANS**  
**1 JOURNÉE**

Une entreprise ou une collectivité locale accueille des jeunes et leur soumet une problématique de son activité à laquelle ces derniers doivent trouver une solution innovante, en équipe, grâce à des techniques de créativité. Des professionnels sont mis à disposition pour les aider dans leurs réflexions.

## La méthode Entreprendre pour Apprendre

**Elèves**  
**collégiens, lycéens,**  
**étudiants, apprentis**

Les élèves vivent le programme et développent leurs compétences au sein du projet collectif

### **Parrains-marraines**

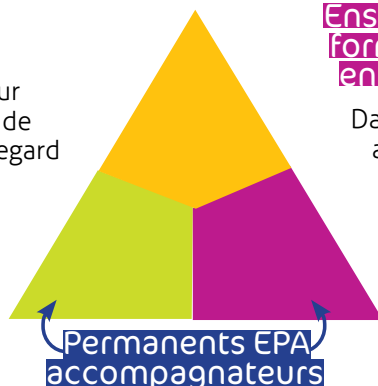
#### **Professionnels issus du monde de l'entreprise**

Leur intervention (de 10h à 20h par an) et leur partage d'expérience permettent aux jeunes de découvrir le monde de l'entreprise avec un regard neuf et concret.

Leur présence facilite le lien avec le monde professionnel et la transmission des savoir-être et savoir-faire nécessaires à l'apprentissage du monde du travail.

### **Enseignants** **formateurs et conseillers** **en insertion professionnelle**

Dans la dynamique du projet, ils planifient et adaptent la démarche pour les jeunes, ils ne sont plus seulement détenteur d'un savoir à transmettre mais les accompagnateurs qui vont permettre aux jeunes d'être acteurs, d'expérimenter, de se questionner, de trouver des solutions.



Les permanents accompagnent l'équipe projet et proposent aux enseignants/ formateurs et parrains-marraines un parcours de formation structuré pour leur permettre d'intégrer la méthode et pour faciliter l'animation et les visites en classe

## Des événements uniques plébiscités par les entreprises

Chaque année les jeunes ayant mené un projet de Mini-Entreprise ont le choix de participer aux salons régionaux qui précèdent le championnat national, puis le championnat européen. Ces rendez-vous permettent aux mini-entrepreneurs de porter un regard sur leur travail d'équipe à l'issue d'une année. Les projets sont couronnés par un jury de professionnels d'entreprises. Ces événements sont une nouvelle occasion de rencontres entre des professionnels aguerris et des mini-entrepreneurs engagés.

**ANNEXE 6**

**Conférence des grandes écoles  
Baromètre femmes-hommes  
2019**



# Égalité femmes-hommes 2019

## L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES EN FORMATION INITIALE

### Mixité des formations

**37,3 %** des formations ont des effectifs femmes-hommes se situant entre 40 et 60 %...  
32,7 % en 2018

Mixité des formations bachelor et master...

Écoles de management

**100 %**  
100 % en 2018

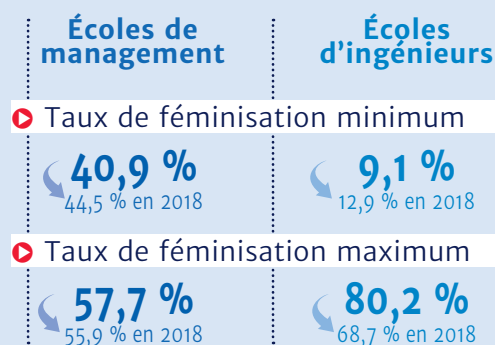
Écoles d'ingénieurs

**7,3 %**  
14,8 % en 2018

### Taux moyen de féminisation



Les écoles d'ingénieurs ont le taux moyen de féminisation le plus faible, et c'est dans ce type d'établissement que ce taux est le plus variable



### L'accès à l'emploi des jeunes diplômés

	Écoles de management		Écoles d'ingénieurs		Autres	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Taux net d'emploi	86,5 %	89,5 %	88,9 %	92,2 %	80,5 %	83,6 %
% CDI/ Diplômés en emploi	80,7 %	88,7 %	75,1 %	86,8 %	51,7 %	57,4 %
% Cadre	76,9 %	85,7 %	84,9 %	93,7 %	52,8 %	58,1 %

### Salaire des jeunes diplômés

#### Managers

**39,3 K€** (39,4 K€ en 2018)

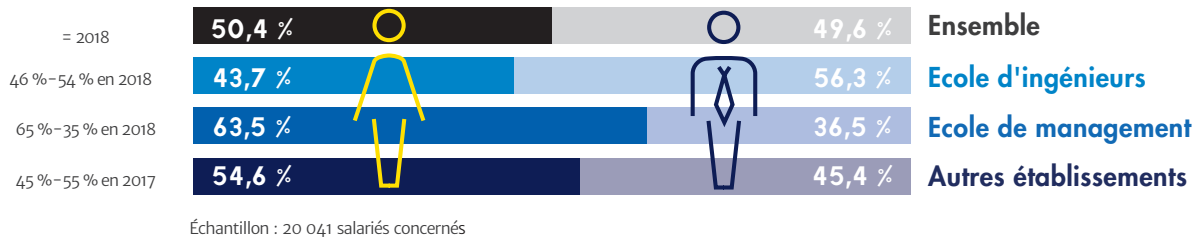
**43,7 K€** (41,8 K€ en 2018)

#### Ingénieurs

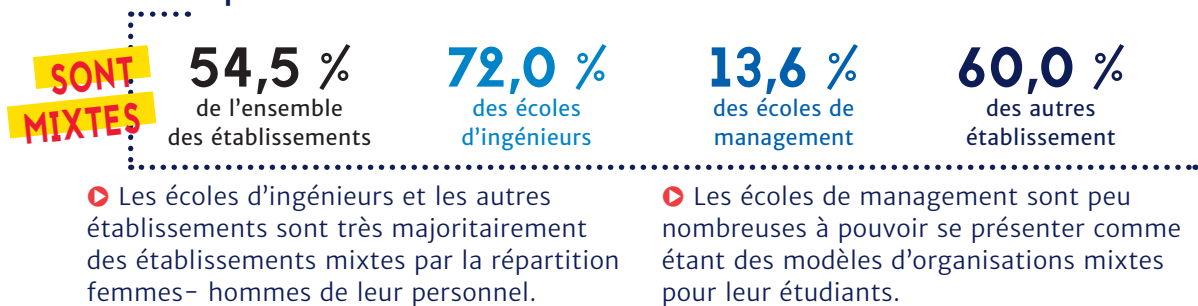
**36,6 K€** (36,2 K€ en 2018)

**39,0 K€** (39,3 K€ en 2018)

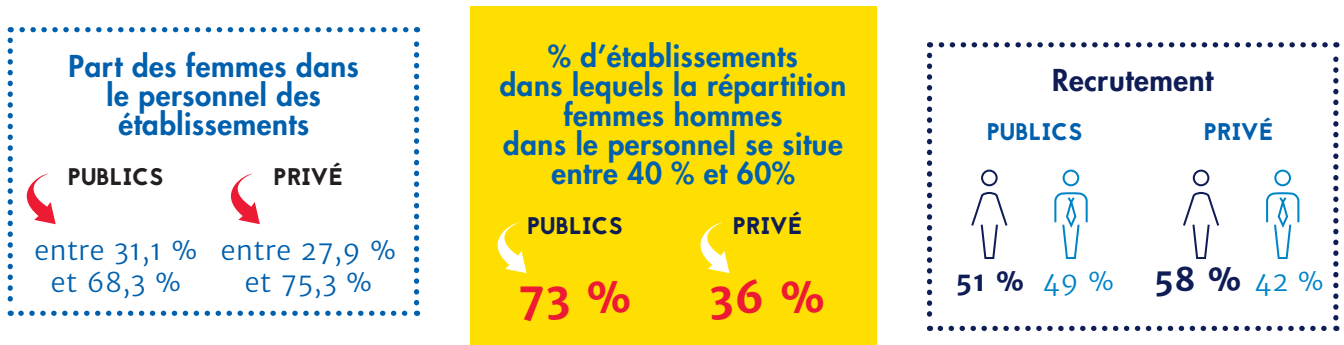
## LE PERSONNEL DES ÉTABLISSEMENTS



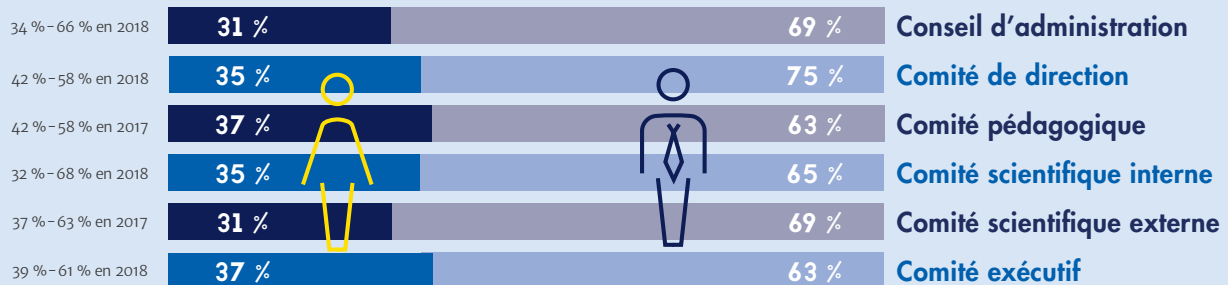
## Mixité du personnel des établissements



## Différences publics/privés



## LES INSTANCES DE DIRECTION



Les femmes restent très minoritaires dans l'ensemble des instances de direction, situation qui ne semble pas s'améliorer avec un taux de féminisation qui tend à diminuer.

## LES ACTIONS DES ÉTABLISSEMENTS EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ

### Les actions pour l'Égalité femmes-hommes

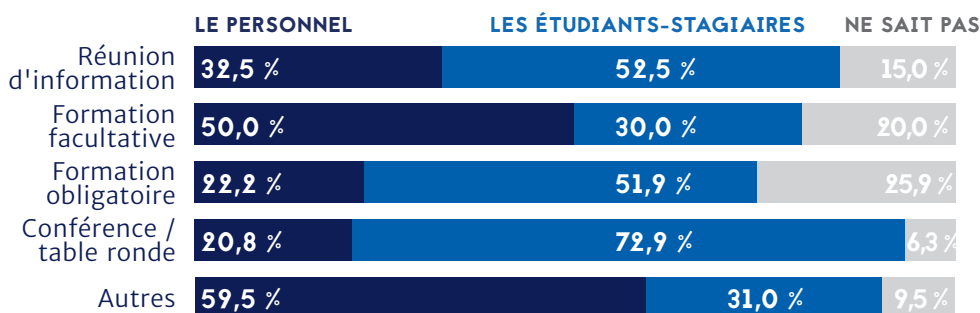
**33,8 %** des établissements ont formalisé une stratégie pour l'Égalité femmes-hommes...  
33,3 % en 2018

**33,8 %** des établissements ont établi un plan d'actions à 1, 3 ou 5 ans.  
24,2 % en 2018

### Les actions de mentoring mises en place par les établissements visent



### Actions mises en œuvre

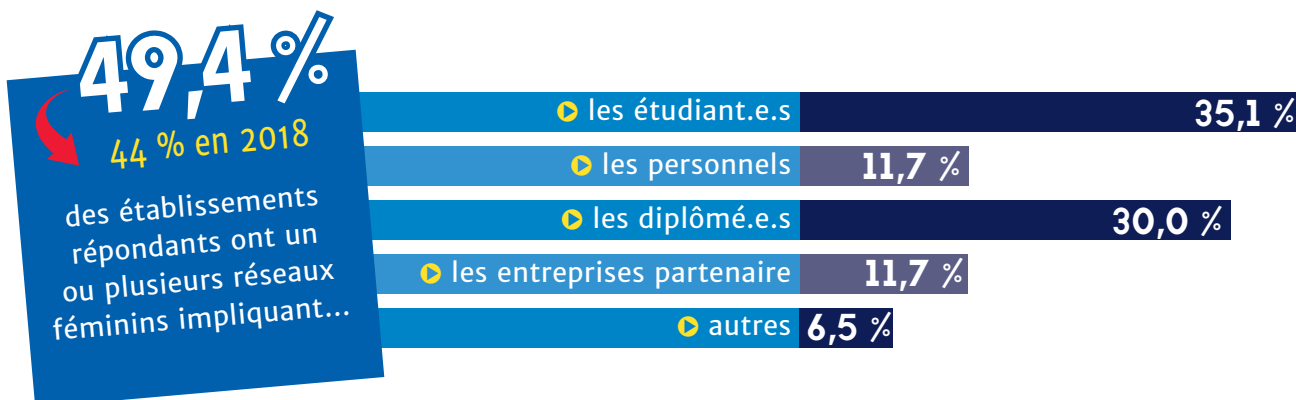


**Les étudiants** représentent la principale cible des actions menées en faveur de l'Égalité Femmes-Hommes.

**29,9 %**  
23,3 % en 2018

La part des établissements qui mesurent l'impact des actions mises en place est en progression pour atteindre près de 30% des écoles et 100% des établissements qui ont élaboré un plan d'actions

### La place de l'Égalité femmes-hommes dans l'établissement



## FOCUS : LES ASSOCIATIONS ÉTUDIANTES

**48 %**  
des associations  
étudiantes mènent  
des actions en faveur  
de l'Égalité  
femmes-hommes  
31,8 % en 2018

**MAIS** les femmes représentent seulement 43,5 % des membres des associations étudiantes

Bureau des étudiants	<b>39,3 %</b>	Junior entreprise	<b>39,6 %</b>
Bureau des sports	<b>29,4 %</b>	Bureau des arts	<b>45,1 %</b>

## FOCUS : LA LUTTE CONTRE LE SEXISME

**56,5 %**  
48 % en 2018  
des établissements répondants déclarent disposer d'une cellule (ou d'une personne contact) chargée de traiter les situations de harcèlement sexuel ou de comportements sexistes

**ET 63,2 %**  
39,5 % en 2018  
des établissements bénéficient d'un personnel formé à la gestion des situations de harcèlement, chiffre en nette progression par rapport à 2018

### Cibles des actions de sensibilisations au harcèlement

	OUI	NON
▶ les étudiants	<b>73 %</b>	<b>27 %</b>
▶ les stagiaires de formation continue	<b>29 %</b>	<b>71 %</b>
▶ le personnel de l'établissement	<b>58 %</b>	<b>42 %</b>
▶ les associations étudiantes	<b>62 %</b>	<b>38 %</b>

### CONTACTS



CONFÉRENCE DES  
**GRANDES  
ÉCOLES**

**Françoise Grot**

+33(0)1 46 34 57 59 ■ +33(0)6 22 39 76 65

11, rue Carrier-Belleuse – 75015 Paris

francoise.grot@cge.asso.fr ■ ■



**ANNEXE 7**

**Convention pluriannuelle de partenariat  
PAR Normandie**





## CONVENTION PLURIANNUELLE DE PARTENARIAT POUR LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN D' ACTIONS REGIONAL DE PROMOTION DE L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES EN NORMANDIE 2018 / 2020

### ENTRE LES SOUSSIGNES :

**L'ÉTAT**, représenté par Madame Fabienne BUCCIO, Préfète de la région Normandie, Préfète de la Seine-Maritime,

**LE CONSEIL REGIONAL DE NORMANDIE**, représenté par Monsieur Hervé MORIN, Président du Conseil Régional de Normandie, dûment habilité à cet effet par une délibération de la Commission Permanente du 4 juillet 2018,

**LA CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATIONS**, établissement spécial créé par la loi du 28 avril 1816 codifiée aux articles L 518-2 et suivants du code monétaire et financier, dont le siège est sis 56 rue de Lille, 75007 Paris représentée par Madame Florence Mas, Directrice régionale, dûment habilité à l'effet des présentes, en vertu d'un arrêté portant délégation de signature de Monsieur le Directeur général en date du 26 mars 2018,

**LA CAISSE D'ÉPARGNE NORMANDIE**, représentée par Monsieur Bruno GORE, Président du Directoire.

**BNP PARIBAS NORMANDIE**, représenté par Monsieur Guillaume CURNIER, Directeur Régional,

-----

Vu la délibération de la Commission Permanente du Conseil Régional en date du 4 juillet 2018 ;

### PREAMBULE

Depuis 2006, l'État et la Caisse des dépôts et consignations unissent leurs efforts pour promouvoir et développer l'entrepreneuriat des femmes, convaincus qu'il constitue un moyen d'émancipation et un levier pour le développement, la croissance et l'innovation. Cette conviction forte s'est concrétisée en février 2015, lors du renouvellement de l'accord-cadre national et dans sa déclinaison territoriale en plans d'actions régionaux (PAR).

Suite aux nombreuses actions déployées dans les territoires, des progrès significatifs ont été enregistrés, démontrés par l'évaluation effectuée conjointement par l'État et la Caisse des dépôts.

Cependant, si le nombre de femmes créatrices d'entreprises augmente, elles restent encore moins nombreuses que les hommes. Les freins au développement de l'entrepreneuriat des femmes demeurent réels.

Ces constats ont motivé la décision de l'État - Secrétariat d'État chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la Caisse des dépôts et consignations de poursuivre leurs efforts en faveur de l'entrepreneuriat des femmes en signant **le 6 octobre 2017 un nouvel Accord-cadre national en faveur de l'entrepreneuriat des femmes pour la période 2018 / 2020, accord associant les organismes bancaires BNP Paribas et les Caisse d'Epargne.**

### **Dispositif régional**

En Normandie la promotion de l'entrepreneuriat des femmes est structurée depuis 2012 autour des PAR tous signés par les 3 partenaires historiques : l'Etat / Direction régionale aux droits des femmes et à l'égalité, la direction régionale de la Caisse des dépôts et le Conseil Régional.

Les nombreuses actions menées en Normandie dans le cadre des PAR ont permis de constater une progression significative dans l'accès des femmes à la création d'entreprise.

Par ailleurs, plusieurs études ont été menées depuis 2012 avec l'INSEE afin de mesurer et de suivre la situation de l'entrepreneuriat des femmes en Normandie. Il apparaît que si la dynamique de création des normandes est bien enclenchée et qu'elle est plus favorable en Normandie qu'ailleurs, les entreprises créées par les femmes sont cependant toujours moins nombreuses que celles créées par les hommes.

Il est donc nécessaire de poursuivre la mise en œuvre d'une politique publique active pour développer l'entrepreneuriat des femmes.

C'est pourquoi, l'État – Direction régionale aux droits des femmes et à l'égalité, la Direction régionale de la Caisse des dépôts, et le Conseil Régional, ont souhaité en 2018 poursuivre leur action en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat des femmes en Normandie en signant une nouvelle convention de partenariat 2018/2020 associant les partenaires bancaires Caisse d'Epargne Normandie et BNP Paribas Normandie, (Cf. annexe 1 et annexe 2 – Plan d'actions Normandie 2018/2020).

À noter que pour le Conseil régional de Normandie, désormais chef de file du développement économique régional, l'action en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat des femmes s'inscrit plus largement dans l'accompagnement et le soutien à la création et la reprise d'entreprises. Le Conseil régional dispose d'une palette d'outils diversifiés (avances remboursables, subventions, garanties bancaires, conseil et formation) pour aider toutes les porteuses et porteurs de projets. Depuis mars 2017, suite à un Appel à Manifestation d'Intérêt, le Conseil Régional a choisi de confier au réseau des chambres régionales consulaires (CCIR, CRMA et CRESS) la promotion de l'entrepreneuriat en Normandie et la mise en œuvre de son dispositif « Ici, je monte ma boîte », dispositif de guichet unique par un accompagnement personnalisé et de proximité sur l'ensemble du territoire normand.

### **Dans le cadre du PAR Normand 2018/2020, les signataires se donnent pour objectifs de :**

- ⇒ Contribuer à accroître significativement la part des femmes créatrices d'entreprises ;
- ⇒ Augmenter la proportion des femmes entrepreneures ayant bénéficié d'une action d'accompagnement post-crédation, afin de favoriser la pérennité des entreprises ;

- ⇒ Augmenter le nombre de femmes ayant bénéficié d'un prêt bancaire pour créer son entreprise ;
- ⇒ Augmenter le nombre de femmes orientées vers les réseaux d'accompagnement à la création d'entreprise ;

Ces objectifs visent à répondre à 3 grands enjeux :

1. Enjeu pour l'égalité entre les femmes et les hommes et la mise en œuvre d'une véritable égalité professionnelle ;
2. Enjeu comme mesure d'efficacité économique : le travail des femmes est un facteur d'amélioration et de développement des performances économiques de nos territoires ;
3. Enjeu sociétal où les femmes et les hommes aspirent à trouver un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie familiale.

Aussi l'objectif des partenaires est de soutenir les porteuses de projets dans leur démarche entrepreneuriale, afin de faire progresser le nombre d'entrepreneures dans un objectif partagé d'égalité professionnelle et de contribuer à la croissance et à la création d'emplois en Normandie.

## **ARTICLE 1 : UNE COOPERATION MULTI-PARTENARIALE RENFORCEE**

Les partenaires du PAR 2018/2020 s'engagent à renforcer et à développer leur coopération en faveur de la création-reprise d'entreprise par les femmes, autour des 4 axes suivants :

### **1. Promotion de la création et de la reprise d'entreprises par les femmes, de la sensibilisation à l'accompagnement post-crédation**

Les signataires s'engagent :

- ⇒ À renforcer la visibilité des dispositifs d'aide aux créatrices d'entreprises, de la sensibilisation à la post-crédation en s'appuyant sur des dispositifs existants au niveau local ;
- ⇒ À travailler avec les réseaux d'accompagnement à la création d'entreprise pour contribuer à cet engagement.

### **2. Promotion des outils financiers pour les femmes**

Afin de favoriser l'accroissement des financements accordés aux femmes créatrices et repreneuses d'entreprises :

- ⇒ Partenariat avec la CEN Normandie (Cf. annexe 1) ;
- ⇒ Partenariat avec BNP Paribas Normandie (Cf. annexe 2) ;
- ⇒ Poursuite de la promotion de la Garantie EGALITE femmes (ex FGIF) – Association Normandie Active ;
- ⇒ Poursuivre l'information des conseillères et des conseillers bancaires sur le dispositif FGIF ;
- ⇒ Formation des conseillères et des conseillers en agence sur les outils de financement et sur l'accueil des femmes entrepreneures ;
- ⇒ Elargir à d'autres publics : Missions locales, GRETA... ;
- ⇒ Organiser des événements (petits-déjeuners...) prioritairement sur les secteurs Quartiers Politique de la Ville (QPV) et Territoires Ruraux (TR).

### **3. Développement des actions dans les territoires fragiles et auprès des publics jeunes**

- ⇒ Actions de sensibilisation et d'amorçage à la création d'entreprise, de créations d'ateliers, de marrainage, de mise en réseau pour pallier l'isolement ;
- ⇒ Mise en œuvre, via les PEPITE, d'actions de sensibilisation à destination des publics scolaires et des étudiantes ;
- ⇒ Poursuivre Les entrepreneuriales étudiantes dans les Quartiers Politique de la Ville (QPV) et Zones rurales.

#### **4. Valorisation de l'entrepreneuriat des femmes par la formation, la sensibilisation et la communication**

- ⇒ Mise en valeur de l'image des femmes créatrices et repreneuses d'entreprises et valorisation des actions menées en faveur des créatrices par les réseaux d'accompagnement et par les réseaux féminins ;
- ⇒ Soutien de prix, trophées ou concours organisés par des partenaires ;
- ⇒ Promotion de l'inscription de l'égalité Femmes/Hommes dans les outils de communication portant sur la création d'entreprise, par l'application des principes de la communication « égalitaire » ;
- ⇒ Diffusion du guide des bonnes pratiques dans la communication et dans l'événementiel.

#### **ARTICLE 2 : DUREE ET SUIVI DE LA CONVENTION**

Le PAR couvre la période 2018/2020.

La présente convention prend effet à compter de la date de sa signature et jusqu'au 31 décembre 2020.

Pour la mise en œuvre et le suivi de la convention, les partenaires (Direction régionale aux droits des femmes et à l'égalité, Direction régionale de la Caisse des Dépôts, le Conseil Régional, Caisse d'Epargne Normandie et BNP Paribas Normandie) mettent en place une instance de concertation, dénommée le « comité de pilotage ». Il sera réuni à leur initiative conjointe une fois par an pour dresser le bilan de l'avancée des actions.

#### **ARTICLE 3 : FINANCEMENT DU PLAN D'ACTION REGIONAL (PAR) NORMAND**

Le PAR normand 2018/2020 est cofinancé par l'État/Direction régionale aux droits des femmes et à l'égalité\* entre les femmes et les hommes, le Conseil Régional de Normandie\*\*, la Direction régionale de la Caisse des dépôts\*\*\*, la Caisse d'Epargne Normandie et BNP Paribas Normandie.

Le PAR est ouvert à d'autres cofinancements (FSE...).

La Caisse des Dépôts pourra intervenir à hauteur de 30% maximum des projets éligibles, à hauteur de trente mille euros (30 000 €) maximum par an, pendant 3 ans (2018 à 2020).

*\*Les contributions financières de l'Etat ne seront applicables que sous réserve de l'inscription des crédits en loi de finances en 2018 2019 et 2020 pour la Direction régionale aux droits des femmes et à l'égalité entre les femmes et les hommes.*

*\*\*La participation financière du Conseil Régional de Normandie sera soumise au vote de la Commission permanente sur présentation de projets qui auront fait l'objet d'une demande*

*préalable de subvention conformément au règlement des subventions en vigueur ou d'une convention signée avec chaque porteur de projet.*

*\*\*\*La participation de la Caisse des Dépôts sera soumise à l'accord de son Comité d'Engagement*

#### **ARTICLE 4 : EVALUATION**

Les actions développées dans le cadre du PAR normand feront l'objet d'une évaluation par les partenaires au cours d'un comité de pilotage.

**FAIT A ROUEN, LE**

**EN QUATRE EXEMPLAIRES ORIGINAUX.**

**POUR L'ÉTAT,**

**POUR LE CONSEIL REGIONAL DE  
NORMANDIE,**

**FABIENNE BUCCIO  
PREFETE DE LA REGION NORMANDIE  
PREFETE DE LA SEINE-MARITIME**

**HERVE MORIN  
PRESIDENT**

**POUR LA CAISSE DES DEPOTS,**

**POUR LA CAISSE D'ÉPARGNE  
NORMANDIE,**

**FLORENCE MAS  
DIRECTRICE REGIONALE**

**BRUNO GORE  
PRESIDENT DU DIRECTOIRE**

**POUR BNP PARIBAS NORMANDIE**

**MONSIEUR GUILLAUME CURNIER  
DIRECTEUR REGIONAL**





## **ANNEXE 8**

**extrait de l'état des lieux réalisé dans le cadre du PAR, portant  
sur l'agglomération rouennaise (mai 2019)**



# ENTREPRENEURIAT ROUENNAIS 1/2

MALGRE UNE PART DE CHEFS D'ENTREPRISES RELATIVEMENT FAIBLE PAR RAPPORT A LA MOYENNE FRANCAISE, UNE METROPOLE TRES DYNAMIQUE EN TERME DE CREATIONS D'ENTREPRISES AVEC UN TAUX DE CREATION DE 15% ET UNE COURBE DE CREATION EN HAUSSE DEPUIS 4 ANS

	Nombre total d'entreprises	Nombre d'entreprises créées en 2017	Taux de création
Rouen	23939	3489	15%
France	4465027	591267	13%

Tableau : taux de création en 2017  
 Champ : activités marchandes hors agricultures  
 Source : Dossier Complet - Unité urbaine de Rouen, Insee et Dossier complet - France, Insee

	Part chefs d'entreprises, commerçants, artisans
Rouen	4,4%
France	6,7%

Tableau : Part des chefs d'entreprises  
 Champ : emploi 2015  
 Source : Population active, emploi et chômage en 2014, Unité Urbaine de Rouen, Insee

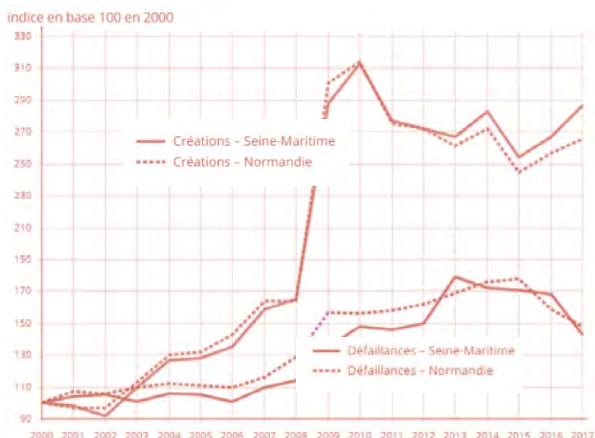


Figure - Créations et défaillances d'entreprises en Seine-Maritime  
 Champ : activités marchandes hors agricultures  
 Source : Bilan économique 2017, Normandie, Insee

65% des entreprises sont créées sous forme d'entreprises individuelles ; principalement dans les domaines des services aux particuliers (86%).

Le secteur des services aux entreprises est particulièrement dynamique.

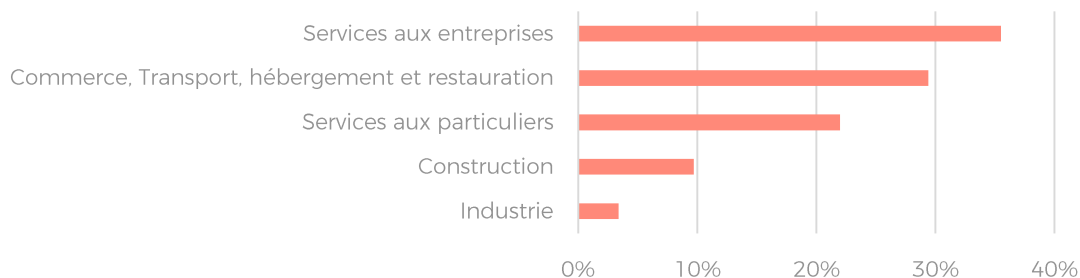


Figure : entreprises créées sur la communauté urbaine de Rouen en 2017  
 Champ : activités marchandes hors agricultures  
 Source : -Démographie des entreprises, Unité Urbaine de Rouen, 2017

# FEMMES NON-SALARIEES

DES FEMMES NON-SALARIEES MOINS NOMBREUSES QUE LES HOMMES ; ELLES SONT PLUS REPRÉSENTÉES DANS LA CATÉGORIE « INDÉPENDANTS ». ELLES SONT PAR AILLEURS DE PLUS EN PLUS NOMBREUSES.

En 2014, en Normandie, un créateur sur deux a choisi le régime micro-entrepreneur (anciennement auto-entrepreneur) pour son entreprise ; parmi ceux-ci, les femmes représentaient 34,4% des immatriculations. (source : enquête Sine)

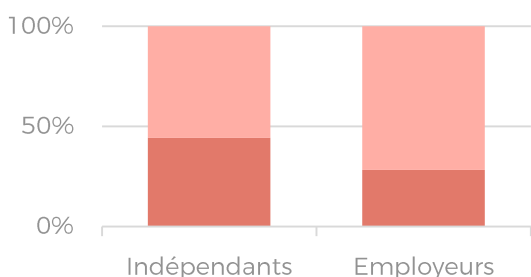


Figure - Statut des non-salariés selon le sexe  
Champ : activités marchandes hors agricultures  
Source : Dossier Complet - Unité Urbaine de Rouen, 2019, Insee

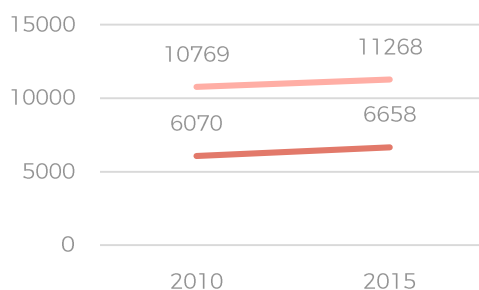


Figure : Evolution des non salariés selon le sexe de 2010 à 2015  
Source : Population active, emploi et chômage en 2015, Unité Urbaine de Rouen Insee

On les retrouve principalement dans les domaines du commerce, des transports et services ainsi que dans l'administration publique, l'enseignement, la santé humaine et l'action sociale dans lesquelles elles sont proportionnellement deux fois plus présentes que les hommes;

**LES FEMMES  
REPRESENTENT 37%  
DES NON-SALARIES**

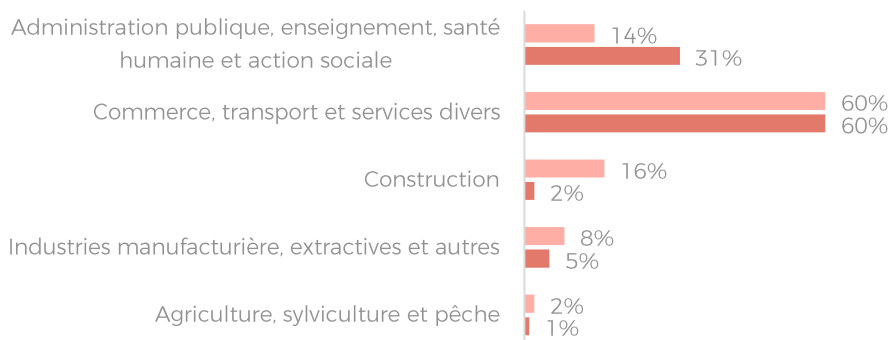


Figure : Domaine d'activité des non-salariés en fonction du sexe  
Source : Population active, emploi et chômage en 2014, Unité Urbaine de Rouen, Insee

■ Hommes ■ Femmes

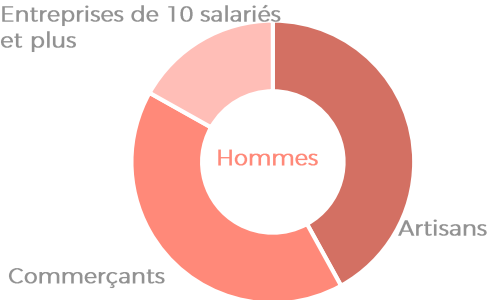
# FEMMES CHEFFES D'ENTREPRISES 1/2

MOINS NOMBREUSES, LES CHEFFES D'ENTREPRISES SONT A LA TETE D'ENTREPRISES PLUS PETITES ET SOUVENT DANS DES SECTEURS DITS « FEMININS ».

8% des cheffes d'entreprises emploient plus de 10 salariés contre 17% chez leurs homologues masculins.

**LES ROUENNAISES REPRESENTENT 53% DE LA POPULATION MAIS 27% DES CHEFS D'ENTREPRISES, ARTISANS ET COMMERÇANTES**

Entreprises de 10 salariés et plus



Entreprises de 10 salariés et plus

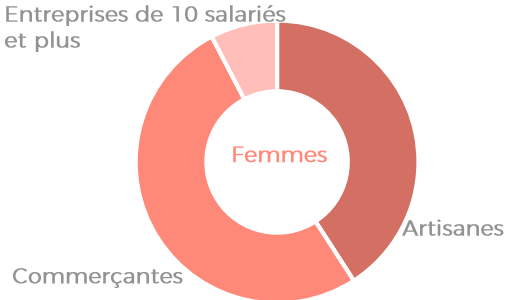


Figure : Profil des hommes et des femmes chefs d'entreprise  
 Champ : entreprises hors micro-entreprises, Zone d'emploi Evreux  
 Source : Population active, emploi et chômage en 2014, Unité Urbaine de Rouen, Insee

« Les entreprises créées sont liées, le plus souvent, aux activités domestiques, aux services à la personne, à la formation ou à l'éducation ou au commerce de détail ; ce sont des secteurs très féminins en lien avec certaines qualités attribuées aux femmes telles que la capacité d'écoute ou encore l'attention. » (Duchemin, 2016)

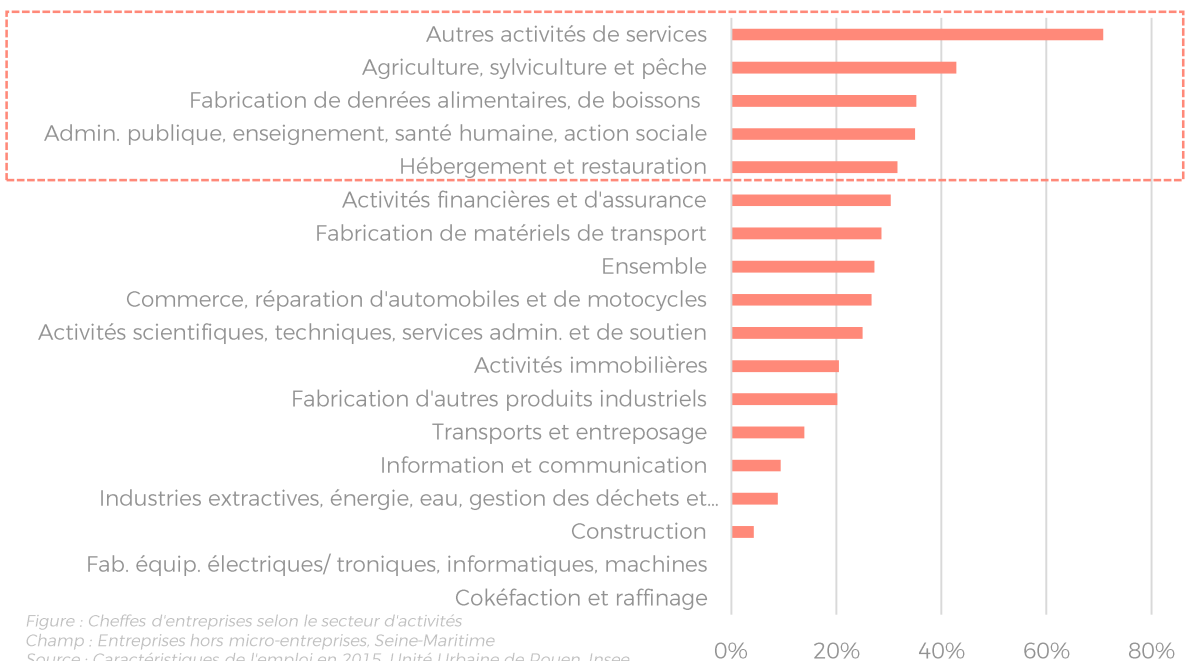
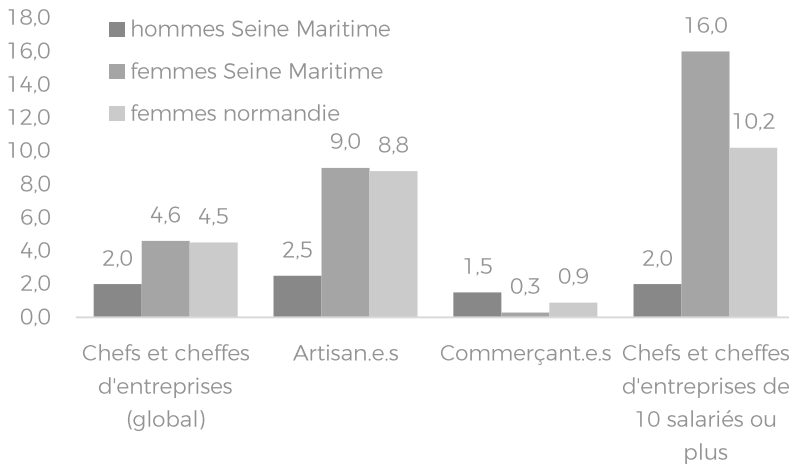


Figure : Cheffes d'entreprises selon le secteur d'activités  
 Champ : Entreprises hors micro-entreprises, Seine-Maritime  
 Source : Caractéristiques de l'emploi en 2015, Unité Urbaine de Rouen, Insee

# FEMMES CHEFFES D'ENTREPRISES 2 / 2

LES CHEFFES D'ENTREPRISES SEINOMARINES SONT PLUS DYNAMIQUES QUE LEURS HOMOLOGUES MASCULINS ; NOTAMMENT PARMIS LES CHEFS D'ENTREPRISES DE 10 SALARIES OU PLUS. LEURS ENTREPRISES AFFICHENT LA MEME PERENNITE QUE LES ENTREPRISES CREEES PAR DES HOMMES.



**LE NOMBRE DE CHEFFES D'ENTREPRISES DE 10 SALARIES OU PLUS EN SEINE-MARITIME A AUGMENTE DE 16% EN 5 ANS**

Figure : Evolution des entrepreneurs selon leur sexe, leur implantation et leur catégorie entre 2008 et 2013  
 Champ : entreprises hors micro-entreprises, Seine-Maritime et Normandie  
 Source : Dossier - la place des femmes dans le dynamisme économique haut normand, Insee, 2014

Certains secteurs affichent des taux de pérennité à 5 ans particulièrement élevés (services non-marchands, industrie) ; d'autres apparaissent moins durables, comme le commerce qui compte pourtant 30% des entreprises.

En général, chef et cheffes d'entreprises affichent le même taux de pérennité sauf dans les secteurs des services aux entreprises et de l'industrie, plus favorables aux hommes ; secteurs où les cheffes d'entreprises sont peu présentes cependant.

		Femmes		Hommes	
		Taux de Pérennité	Part d'entreprises	Taux de Pérennité	Part d'entreprises
<b>ENSEMBLE</b>		<b>0,54</b>	<b>100%</b>	<b>0,55</b>	<b>100%</b>
<b>SERVICES MARCHANDS</b>		<b>0,57</b>	<b>41%</b>	<b>0,58</b>	<b>37%</b>
dont	Services aux ménages	0,60	19%	0,67	6%
dont	Services aux entreprises	0,62	11%	0,50	13%
<b>SERVICES NON-MARCHANDS</b>		<b>0,72</b>	<b>22%</b>	<b>0,76</b>	<b>7%</b>
dont	Activités pour la santé humaine	0,71	22%	0,83	6%
<b>COMMERCE</b>		<b>0,41</b>	<b>30%</b>	<b>0,41</b>	<b>31%</b>
dont	Commerce de détail	0,42	26%	0,45	19%
<b>INDUSTRIE</b>		<b>0,78</b>	<b>4%</b>	<b>0,68</b>	<b>4%</b>
<b>CONSTRUCTION</b>		<b>n/a</b>	<b>4%</b>	<b>0,61</b>	<b>20%</b>

Tableau : taux de pérennité à 5 ans des entreprises  
 Champ : Entreprises hors micro-entreprises, Seine-Maritime  
 Source : Dossier - la place des femmes dans le dynamisme économique haut normand, Insee, 2014

# FEMMES CRÉATRICES D'ENTREPRISES 1/3

## PROFILS

IL N'Y A PAS UN PROFIL UNIQUE DE FEMMES CRÉATRICE D'ENTREPRISES ; EN REVANCHE, LES GRANDES LIGNES LAISSENT APPARAÎTRE DES DIFFÉRENCES ENTRE HOMMES ET FEMMES DANS LA CRÉATION D'ENTREPRISES EN NORMANDIE.

A l'échelle de la Normandie, en 2014, 28,7 % des entreprises ont été créées par des femmes (Insee, 2014). Elles sont encore moins présentes dans l'innovation : « Au sein des pépinières et hôtels d'entreprises du réseau Rouen Normandie Création, les créatrices d'entreprises représentent 21% des créations en 2014 »(Rouen Métropole, 2016). 26 % des projets incubés par Normandie Incubation sont portés par des femmes ou des équipes mixtes (2018).

De la même façon que les hommes, les femmes entreprennent à tous les âges. Elles sont cependant proportionnellement plus nombreuses à entreprendre avant 30 ans : 23% des femmes entreprennent à moins de 30 ans pour 18% des hommes.

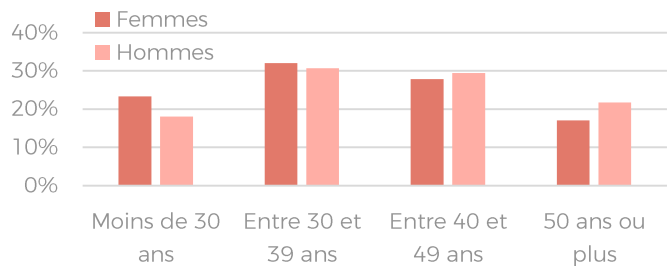


Figure : Age des créateurs.trices d'entreprises  
Champ : Entreprises du champ SINE créées au premier semestre 2014, hors auto-entrepreneur, Normandie  
Source : Les créations et créateurs d'entreprises en 2014 : situation initiale - Enquête SINE, Insee

Elles ont des profils assez différents des hommes : hormis le fait qu'elles soient généralement plus diplômées, les femmes qui créent leur entreprise ont moins d'expérience dans l'entrepreneuriat. Par ailleurs, elles sont moins nombreuses à percevoir des prestations et 32% créent leur entreprise avec moins de 2000 euros d'investissement.

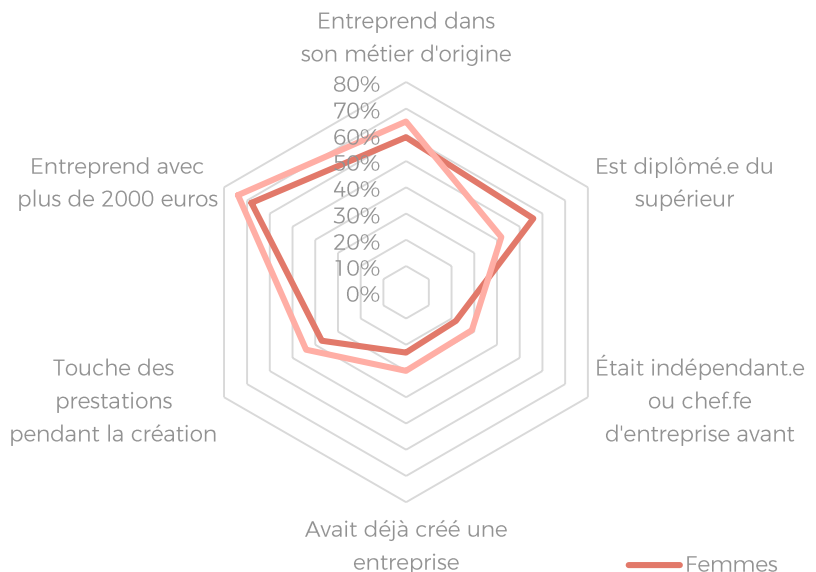
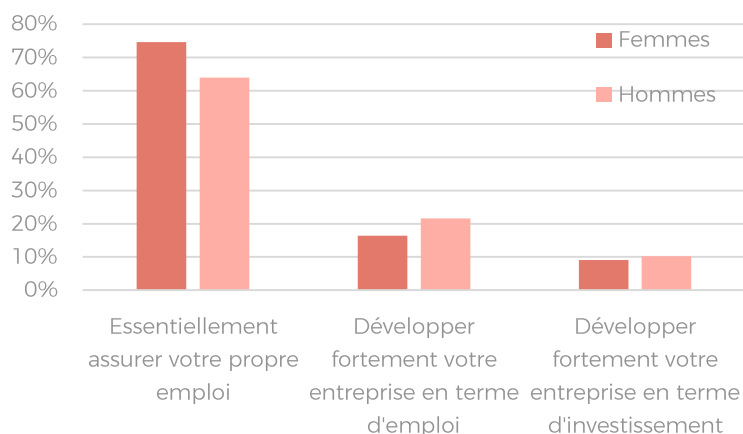


Figure: Profil des créateurs.trices d'entreprises  
Champ : Entreprises du champ SINE créées au premier semestre 2014, hors auto-entrepreneur, Normandie  
Source : Les créations et créateurs d'entreprises en 2014 : situation initiale - Enquête SINE, Insee

# FEMMES CRÉATRICES D'ENTREPRISES 2 / 3

## MOTIVATIONS

LES MOTIVATIONS PRINCIPALES DES FEMMES SONT ASSEZ PROCHES DE CELLES DES HOMMES : ÊTRE INDÉPENDANT.E ET AFFRONTER DE NOUVEAUX DÉFIS. CEPENDANT, DES DIFFÉRENCES DE TAILLE ÉMERGENT.



Les femmes sont plus motivées que les hommes dans la création de leur propre emploi tandis que les hommes sont plus nombreux à vouloir développer fortement leur entreprise en terme d'emploi et d'investissement.

Les femmes avancent plus souvent que les hommes les arguments du goût d'entreprendre, de l'opportunité ou encore de l'idée nouvelle.

Figure : Objectifs des créateurs.trices d'entreprises  
 Champ : Entreprises du champ SINE créées au premier semestre 2014, hors auto-entrepreneur, Normandie  
 Source : Les créations et créateurs d'entreprises en 2014 : situation initiale - Enquête SINE, Insee

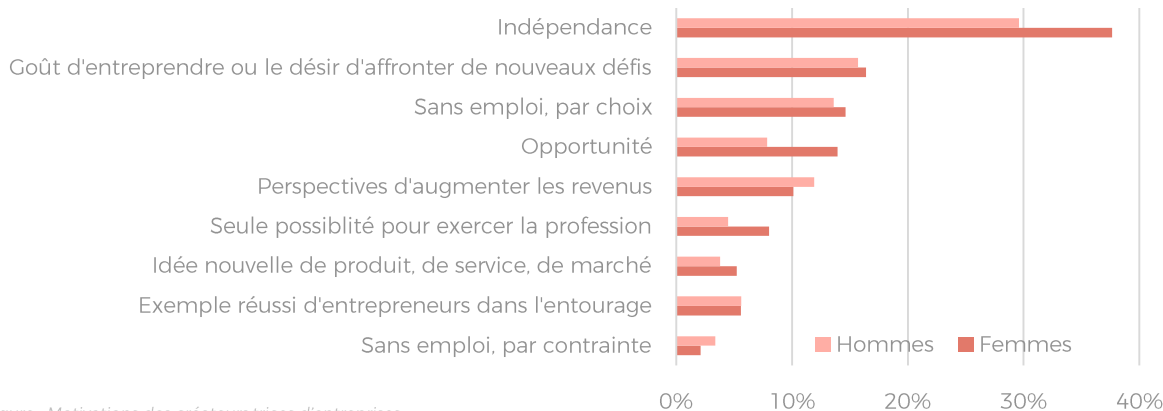


Figure : Motivations des créateurs.trices d'entreprises  
 Champ : Entreprises du champ SINE créées au premier semestre 2014, hors auto-entrepreneur, Normandie  
 Source : Les créations et créateurs d'entreprises en 2014 : situation initiale - Enquête SINE, Insee

## MOTIVATIONS

M.-H. Duchemin identifie des facteurs Pull (choix, volonté de créer) et des facteurs Push (contrainte). A l'image des résultats ci-dessus, les motivations de type Pull sont plus nombreuses que les motivations Push.

Cependant, lorsque la chercheuse regarde dans le détail – et peut-être cela permettra-t-il de mieux comprendre la motivation « indépendance » – elle repère des motivations guidées par une frustration dans l'ancien emploi occupé : un travail qui ne plaît plus, qui lasse, ou trop pénible, dans lequel la créativité est bridée, un travail qui ne permet plus l'épanouissement personnel ou rendu difficile par des mésententes avec la hiérarchie. Ce qui rejoint par ailleurs le fait que 59% des créatrices d'entreprises étaient employées.

Champ : Création d'entreprises, Calvados  
 Source : Thèse M.-H. Duchemin



# FEMMES CRÉATRICES D'ENTREPRISES 3/3

## FREINS

SELON L'INSEE, LES FEMMES RENCONTRENT GLOBALEMENT LES MÊMES DIFFICULTÉS QUE LES HOMMES (FORMALITÉS ADMINISTRATIVES, CHOIX DU STATUT, CONTACTS AVEC LES CLIENTS). A NOTER QU'UN TIERS DES HOMMES ET DES FEMMES NE DÉCLARENT AUCUNE DIFFICULTÉ PARTICULIÈRE.

Cependant, l'approche qualitative de M.-H. Duchemin met en évidence des freins propres à l'entrepreneuriat des femmes qui ne ressortent pas dans l'étude de l'Insee (cf encadré). Ce ne sont pas des questions abordées directement par l'enquête : confiance, stéréotypes de genre, présence dans des réseaux professionnels, conciliation avec la vie personnelle...

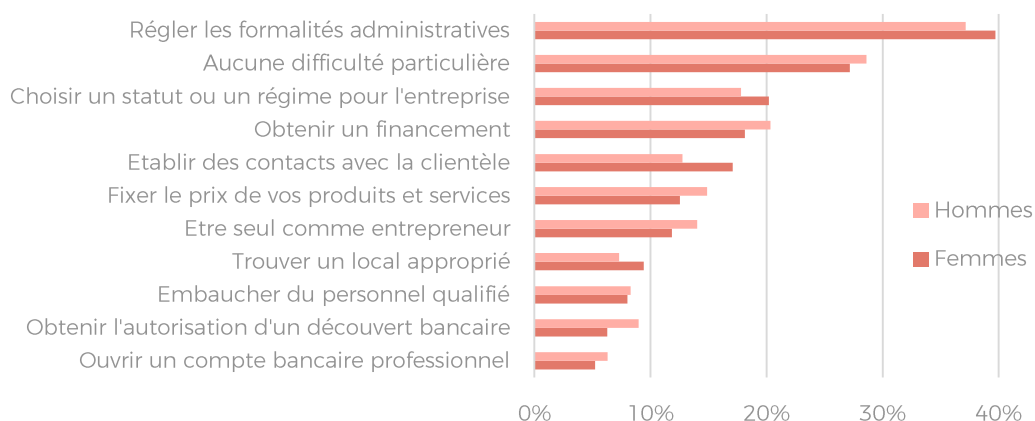


Tableau : Difficultés rencontrées par les hommes et les femmes lors de la création de leur entreprise  
Champ : Entreprises du champ SINE créées au premier semestre 2014, hors auto-entrepreneur, Normandie  
Source : Les créations et créateurs d'entreprises en 2014 : situation initiale - Enquête SINE, Insee

## LES FREINS IDENTIFIES (DUCHEMIN 2016)

**MANQUE DE CONFIANCE EN SOI** la confiance en soi correspond à la perception de disposer des compétences entrepreneuriales nécessaires pour créer l'entreprise et entraîne manque d'assurance, peur de l'échec et crainte de manque de crédibilité vis-à-vis des partenaires.

**FREINS RELATIONNELS** Les réseaux apportent inspiration, opportunités et permettent de lutter contre l'isolement  
Les femmes sont peu présentes dans les réseaux d'affaires

**MANQUE D'INTÉRÊT DES INVESTISSEURS** Les caractéristiques - de petite taille, avec moins d'ambition dans des secteurs dits « féminins » pénalisent les créatrices qui se voient porter peu d'intérêt par les investisseurs.

**REPRÉSENTATIONS SOCIALES - STÉRÉOTYPES DE GENRE** Hommes et femmes ont des perceptions d'eux-mêmes et de leur environnement qui diffèrent, impliquant des comportements entrepreneuriaux distincts. Il est difficile de se sentir à la hauteur ou même de se projeter sur des fonctions de direction quand on sait que les compétences demandées font davantage référence au modèle masculin (persuasion, autorité, fermeté...). Ainsi, les femmes auront tendance, soit à s'autocensurer, soit à se comporter en fonction de ces projections c'est-à-dire adopter des comportements masculins

**CONCILIATION VIE PRIVÉE - VIE PERSONNELLE** Le temps dédié aux tâches domestiques  
Le sentiment de culpabilité de vouloir concilier les temps de vie.  
L'avis du conjoint compte beaucoup

Champ : Création d'entreprises, Calvados  
Source : Thèse M.-H. Duchemin



## Liste des sigles utilisés

**ADN** : Agence de Développement Normandie

**BPI** : Banque Publique d'Investissement

**CAE** : Coopératives d'Activités et d'Emplois

**CAF** : Caisse d'Allocations Familiales

**CESE** : Conseil Economique Social et Environnemental

**CPER** : Contrat de Plan Etat-Région

**CPIER** : Contrat de Plan Interrégional Etat-Région

**CREDOC** : Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie

**CRESS** : Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire

**DLA** : Dispositif Local d'Accompagnement

**DRDFE** : Direction Régionale aux Droits des Femmes et à l'Egalité entre les femmes et les hommes

**EPA** : Entreprendre pour Apprendre

**EPCI** : Etablissement Public de Coopération Intercommunale

**INSEE** : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

**LEADER** : Liaison Entre Action de Développement de l'Economie Rurale

**PAR** : Plan d'Action Régional

**PEPITE** : Pôle Etudiant pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat

**QPV** : Quartier Prioritaire de la Ville

**SCOP** : Société Coopérative de Production

**URSCOP** : Union Régionale des SCOP



## Références bibliographiques :

- Insee Dossier Haute Normandie n°3, Novembre 2014 : La place des femmes dans le dynamisme économique Haut-normand
- Insee Première n°1563 Juillet 2015 – Indépendants et dirigeants salariés d’entreprise : un tiers de femmes
- Insee Analyses Normandie n°24, Février 2017 : La dynamique de création d’entreprises favorable aux Normandes
- Insee Références : Femmes et hommes, l’égalité en question, édition 2017
- Insee Analyses Normandie n°59, Avril 2019 : Moins de micro-entreprises et davantage de grandes entreprises en Normandie
- Insee Conjoncture Normandie n°17, Avril 2019 : Une embellie sur le front de l’emploi et des créations d’entreprises
- Insee Conjoncture Normandie n°18, Juin 2019
- Insee Tableau de bord Conjoncture Normandie Chiffres clés, Novembre 2019
  
- Etude KPMG, portraits de femmes dirigeantes en France, Juin 2015
- Baromètre Parité 2018 de Manago
- Baromètre Observatoire de l’AFE : indice entrepreneurial français 2018
- Etude sur la mixité dans le Capital Investissement – France Invest avec Elles , Novembre 2018
- Observatoire Skema de la féminisation des entreprises, 2019
- Observatoire de la création d’entreprise BPIFrance : La place des femmes dans le paysage de la création d’entreprise, 2019
- Etudes et chiffres clés U2P : Les entreprises de proximité au féminin, Mars 2019
- Etude Infogreffe : les femmes et l’entrepreneuriat en 2019, Mars 2019
- Baromètre BCG : les inégalités d’accès au financement pénalisent les créatrices de startup, Septembre 2019
- Etude Caisse d’Epargne l’entrepreneuriat féminin en Europe, Octobre 2019
- Observatoire annuel national BNP Paribas de l’entrepreneuriat au féminin 2019
  
- L’entrepreneuriat au féminin - Rapport du CESE, Septembre 2009
- Bilan de l’application des dispositifs promouvant l’égalité professionnelle entre les femmes et les hommes – Rapport du CESE, Mars 2012
- Agir pour la mixité des métiers – Rapport du CESE, Novembre 2014
- Les forces vives au féminin - Rapport du CESE, Octobre 2015
- Evaluation des plans d’actions régionaux en faveur de l’entrepreneuriat des femmes : une construction dynamique de 2006 à 2016 - Caisse des Dépôts, Avril 2017
  
- L’entrepreneuriat féminin - Centre d’analyse stratégique - Document d’étape n°231-06, Avril 2013
- Les freins et obstacles à l’entrepreneuriat féminin - Etude qualitative dans l’agglomération de Nancy, Recherche sociale 2013/3 n°208

- Guide du Routard du financement d'entreprise – Le Routard, Octobre 2015
- Lever les freins à l'entrepreneuriat individuel - Rapport au Ministre de l'Economie, de l'industrie et du numérique, Décembre 2015
- Le coût économique des discriminations - Rapport de France Stratégies, Septembre 2016
- CREDOC, L'entrepreneuriat des femmes dans les quartiers populaires : un objectif difficile à atteindre, n°281, mars 2016
- Le ciel de plomb des organisations patronales par Marion RABIER dans Travail, Genre et sociétés n°35, Avril 2016
- L'accompagnement collectif au féminin en phase ante-crédation : son impact sur l'intention entrepreneuriale, thèse de Doctorat de Marie Hélène DUCHEMIN, novembre 2016
- Mères et entrepreneures : étude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs françaises – Aude d'ANDRIA et Inès GABARRET Revue international P.M.E. n°1, 2017
- Le livre blanc femmes et Tech 2019, comment augmenter peu à peu la place des femmes dans la Tech, Laetitia VITAUD
- L'égalité professionnelle est-elle négociable ? - Document d'études DARES, Avril 2019
- L'indépendance favorise-t-elle l'articulation travail/famille ? - Connaissance de l'emploi n°147, Avril 2019
- Etude de la Fédération les Premières dans le cadre du Plan d'Action Régional de Normandie sur l'Entrepreneuriat des Femmes, 2019

Manifestation :

Journée Women inTech Normandie : Empowering Women, le 20 Mai 2019 à Rouen.