

## Créatrices d'entreprises en Bourgogne : une parité difficile à trouver

*Les femmes ne représentent que 32 % des nouveaux entrepreneurs en Bourgogne, une part bien inférieure à leur place au sein de la population active. Elles investissent pour la plupart dans des activités de services traditionnellement féminines. Les plus jeunes optent massivement pour le statut d'auto-entrepreneur. Entre 30 et 45 ans, leurs projets relèvent davantage de l'entreprise classique. Les créatrices d'entreprises prennent moins de risques que les hommes. Plus diplômées, elles s'entourent aussi davantage des conseils de proches ou de professionnels. Mais leur moindre prise de risques les dessert aussi : les montants financiers investis, gage de la pérennité des entreprises, sont plus faibles que ceux engagés par les hommes.*

**A**u premier semestre 2010, 1 900 Bourguignonnes ont créé une entreprise. C'est trois fois plus qu'au premier semestre 2006, une augmentation liée à la mise en place en 2009 de l'auto-entreprise. Ce régime simplifie les démarches administratives. Il vise à stimuler la création d'entreprise, facteur important de renouvellement du tissu productif et de développement de l'emploi. L'auto-entreprise a

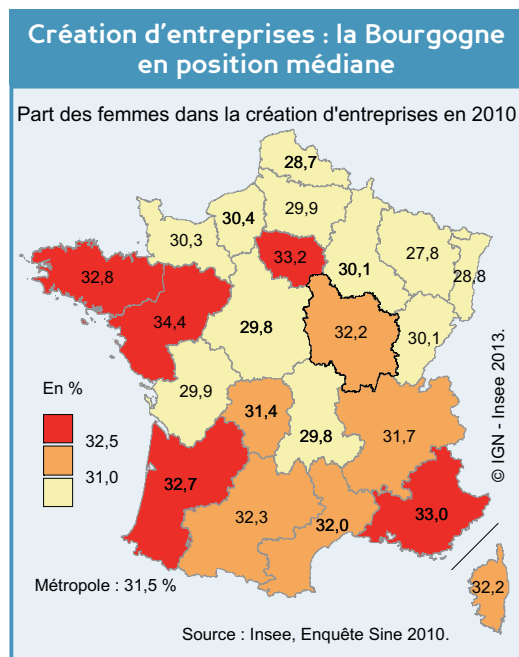
connu un vif succès, plus encore auprès des femmes que des hommes : plus des deux-tiers des créatrices ont adopté ce statut contre 60 % des créateurs.

### Une place encore limitée des femmes

**M**algré leur incursion dans le régime de l'auto-entrepreneuriat, les femmes restent minoritaires parmi les créateurs d'entreprises. Les femmes sont à l'origine de 32 % des entreprises créées, une part identique à celle qu'elles occupent parmi les travailleurs indépendants. On est loin de leur présence dans la population active, à 45 % féminine. En Bourgogne, l'entrepreneuriat féminin se situe à un niveau proche de la moyenne nationale. Les créatrices sont davantage présentes dans les régions très urbanisées et tertiaires comme l'Île-de-France et Provence-Alpes-Côte d'Azur où plus d'un tiers des créateurs sont des femmes. À l'inverse, elles ne portent que 28 % des projets de création en Lorraine.

### Un choix d'activités assez sexué

**L**es créatrices s'inscrivent sur des activités de services traditionnellement « féminines » : soins de beauté, coiffure, activités liées à la santé humaine ou encore travaux de secrétariat. Les hommes choisissent la construction, la



N°190 - Octobre 2013



réparation, le conseil pour les affaires, l'aménagement paysager.

Cette forte différenciation selon le sexe est surtout prononcée pour les auto-entreprises où les femmes investissent davantage les secteurs peu spécialisés des services et de la santé humaine, les hommes, les travaux de maçonnerie et d'installation électrique.

Dans le cas des entreprises classiques, où les métiers sont mieux identifiés et plus qualifiés, les créatrices sont malgré tout très présentes sur la filière santé, comme sage-femmes ou infirmières, des métiers par ailleurs exclus du périmètre de l'auto-entreprise.

Les femmes plébiscitent aussi largement le commerce : il attire un quart des créatrices avec une orientation forte vers le commerce de détail ou la vente hors magasins dans le cas des auto-entrepreneuses, vers les « intermédiaires du commerce en produits divers » pour les entrepreneuses classiques.

Cette concentration sur quelques secteurs d'activité n'est pas spécifique aux créatrices d'entreprises. Elle concerne de la même façon le champ salarié : la moitié des femmes en emploi exercent leur métier dans 15 % des familles professionnelles.

Des cloisons de verre enferment ainsi les femmes dans des activités dont les perspectives professionnelles sont moins favorables. Les dispositifs d'aide et d'accompagnement des créateurs sont susceptibles d'agir en amont sur le choix du secteur d'activité, en apportant un degré d'information quant aux opportunités de marchés, aux reprises possibles et à la saturation de certains secteurs. En particulier, des échanges avec des cheffes d'entreprises permettraient aux porteu-

ses de projet, généralement plus éloignées des réseaux professionnels de mieux appréhender les opportunités et les risques qu'elles prennent.

### Des projets différents selon l'âge et le niveau de diplôme

Les femmes deviennent cheffes d'entreprises à tout âge. Mais la propension à se lancer est plus forte entre 30 et 45 ans, fenêtre d'âge où se situent 45 % des créatrices et seulement 38 % de la population active féminine. Elles optent alors davantage pour une entreprise classique. Beaucoup s'établissent dans l'administration publique et la santé-action sociale, secteurs où sont comptées les infirmières et les sages-femmes.

Les plus jeunes comme les plus âgées se tournent massivement vers l'auto-entreprise. Les jeunes créatrices constituent un public particulièrement fragile. Avant de se lancer, plus de la moitié d'entre elles étaient sans emploi, inactives ou au chômage. Elles s'orientent plus que leurs aînées vers les services personnels comme la coiffure et l'esthétique. Peu expérimentées, elles disposent d'un réseau professionnel peu étoffé et leur mise de fond initiale est assez modeste : 1 400 euros en moyenne pour une auto-entreprise, 21 300 euros pour une entreprise classique. Le soutien d'une entrepreneuse expérimentée par le biais du marrainage peut permettre à ces jeunes créatrices de rompre l'isolement et de se familiariser avec la posture de chef d'entreprise.

### Moins de risques financiers pour les femmes

Les créateurs engagent des moyens financiers sans garantie de rentabilité. En ce domaine, les femmes prennent moins de risques que les hommes.

Pour une entreprise classique elles investissent en moyenne 30 000 euros, les hommes, 40 000 euros. Un tiers d'entre elles démarrent avec moins de 4 000 euros ; 22 % seulement des hommes.

Dans le cas de l'auto-entreprise, elles investissent cette fois-ci plus que les hommes : 3 600 euros contre 2 900 euros. Mais 40 % des femmes et 45 % des hommes démarrent sans apport initial.

Le développement d'actions de sensibilisation auprès des financeurs constitue une réponse à ce sous-dimensionnement financier des projets portés par les femmes. Des outils tels que le fonds de garantie à l'initiative des femmes (FGIF) sont proposés pour permettre aux entrepreneuses de mieux dimensionner leur projet, gage de pérennité de l'entreprise, et de garantir leur indépendance économique.

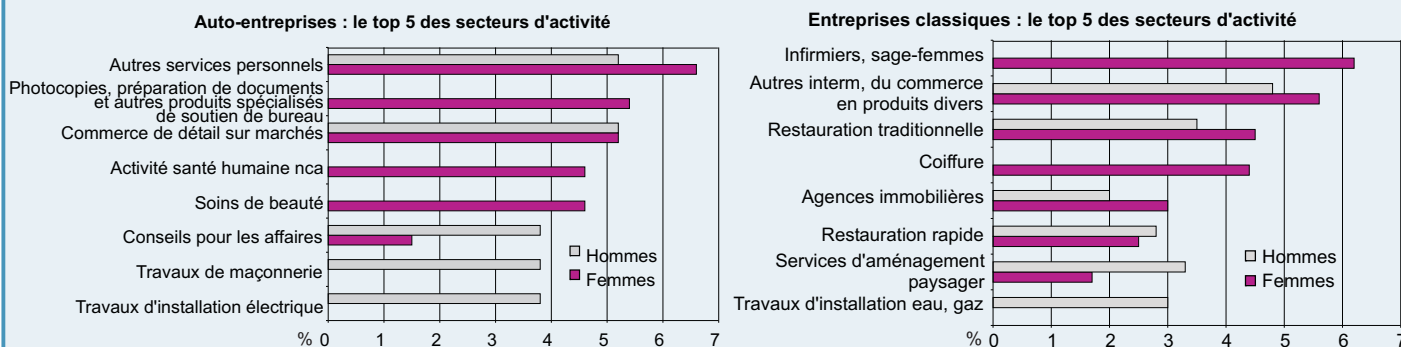
### Davantage de conseils

Les trois quarts des futurs entrepreneurs consultent des structures dédiées à la création d'entreprise - chambres consulaires, associations - ou prennent conseil auprès de l'entourage professionnel ou de professionnels spécialisés (avocat, conseil juridique...).

Les femmes s'entourent davantage de conseils. Dans le cas de l'entreprise classique, seules 20 % montent leur projet sans recours à une aide extérieure, 27 % des hommes.

## Un choix d'activité très sexué pour les auto-entreprises, davantage mixte pour les entreprises classiques

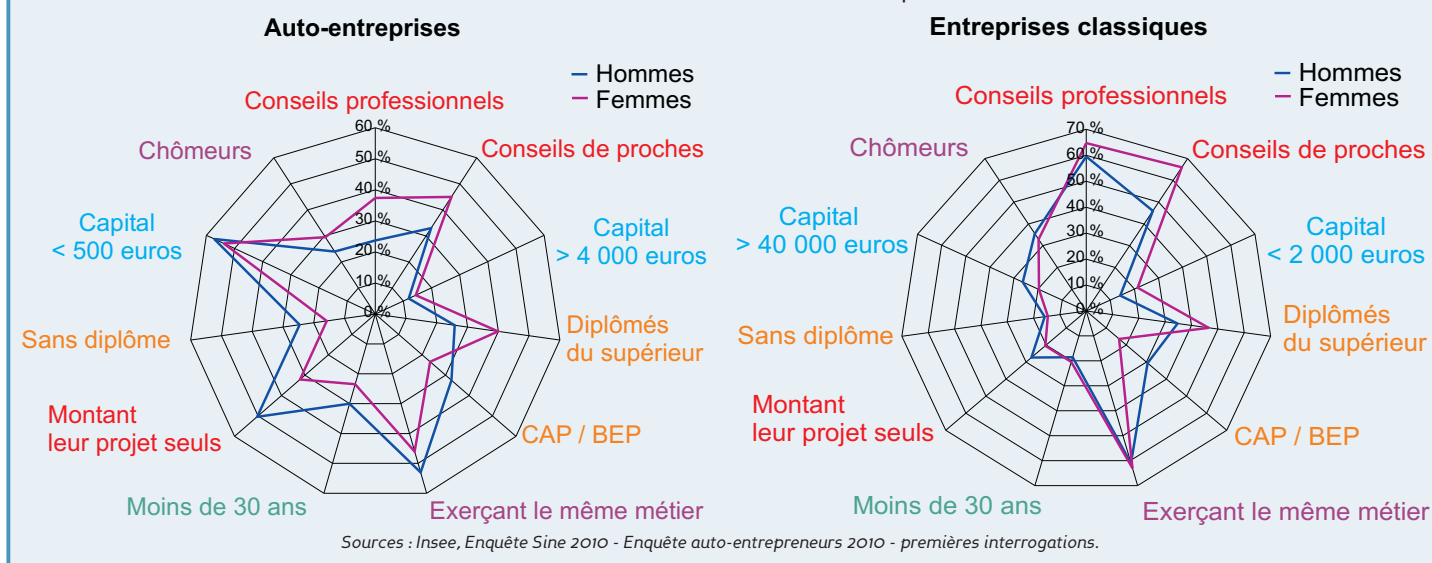
Les cinq activités retenues en priorité selon le sexe (Naf 700)



Sources : Insee, Enquête Sine 2010 - Enquête auto-entrepreneurs 2010 - premières interrogations.

## Des différences marquées entre hommes et femmes

### Profil des créatrices et créateurs d'entreprises



Les « conseils de proches » comptent beaucoup pour elles, une importance peut-être à rapprocher de la contrainte marquée qu'exercent les tâches familiales et domestiques pour les femmes actives. Ainsi, les deux tiers des créatrices d'entreprises classiques consultent un membre de leur famille.

Les auto-entrepreneurs montent davantage leur projet en solitaire, conséquence même de la simplification des formalités administratives attachée au régime. Mais là encore, les femmes prennent moins de risques : seules 30 % d'entre elles se lancent seules contre 50 % pour les hommes.

### Plus diplômées

Peu se lancent sans diplôme : 15 % contre 21 % pour les hommes. Dans les faits, aucun diplôme spécifique n'est requis pour créer son entreprise. Mais la réglementation de certaines professions libérales ou artisanales exige une qualification afin de garantir la protection du consommateur, une obligation qui s'applique aux créateurs.

Parmi les diplômées, elles sont aussi nombreuses à être titulaires d'un CAP-BEP, que d'un baccalauréat ou encore d'un diplôme de deuxième ou troisième cycle universitaire. D'ailleurs, la présence des femmes très diplômées est plus élevée parmi les créatrices que dans l'ensemble de la population active : 21 % contre 13 %.

Les femmes créatrices sont plus diplômées que les hommes - 20 % sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement

supérieur - mais, ces derniers, plus souvent titulaires d'un diplôme technique, CAP ou BEP, bénéficient d'une compétence professionnelle immédiate.

### Une expérience professionnelle plus limitée

L'expérience antérieure joue aussi. À cet égard, celle des femmes apparaît plus limitée : 46 % d'entre elles se trouvaient étudiantes, retraitées, au foyer ou au chômage avant de se lancer contre 29 % des hommes. Ce déficit d'expérience des femmes interroge quant au rôle que peuvent jouer les pouvoirs publics en ce domaine : impulsion, mise en réseau, publicité, mise à disposition de plateformes de communication, de ressources. Les réseaux sociaux et les outils numériques sont de nature à faire évoluer les formes de soutien ou de coopération existantes.

Ces parcours antérieurs éclairent quant à la motivation des créateurs. Le goût d'entreprendre intervient en majeur pour tous. Mais les hommes recherchent aussi des rémunérations plus élevées, les femmes évoquent le besoin d'avoir un emploi ou de sortir du chômage.

Ainsi, la moitié des auto-entrepreneuses sont motivées par la perspective de créer leur propre emploi. De fait, 57 % d'entre elles étaient au chômage ou inactives, un pourcentage qui atteint 63 % pour les plus jeunes.

Les créatrices en activité auparavant retiennent, pour les trois quarts d'entre elles, le régime de l'entreprise « clas-

sique ». Dans ce cas, le désir d'indépendance et d'autonomie l'emporte.

Cette meilleure connaissance des projets de création, de leur contexte et du profil des porteurs de projet peut aider à mieux orienter les politiques de soutien.

### Des difficultés au démarrage

Hommes et femmes connaissent des difficultés similaires au démarrage de leur projet. « Effectuer seul les démarches », « connaître la législation en vigueur » et « fixer le prix des produits et services », ces trois difficultés sont citées par plus de 20 % des auto-entrepreneurs, hommes comme femmes. Elles font écho à la faible expérience des auto-entrepreneurs dans le métier d'indépendant. « Trouver une assurance » est également mentionnée par les hommes, en lien avec les entreprises qu'ils créent dans la construction.

Chez les entrepreneurs classiques la principale difficulté est « régler les formalités administratives » difficulté évoquée par plus de 40 % d'entre eux. Viennent ensuite « établir des contacts avec la clientèle » et « obtenir un financement ».

Ces difficultés sont autant d'enjeux à relever pour les structures qui accompagnent la création d'entreprise. Les auto-entrepreneurs ont surtout besoin de conseils généraux sur le fonctionnement d'une entreprise, les entrepreneurs classiques, outre les formalités administratives, souhaitent être soutenus pour rentabiliser au mieux leur entreprise et établir des contacts avec la clientèle.

## Des entreprises moins pérennes

Entourées de plus de conseil, davantage diplômées, les femmes portent pourtant des projets qui s'avèrent moins pérennes que ceux des hommes. Cinq ans après leur création, la moitié des entreprises classiques initiées par les femmes sont encore actives, contre 57 % pour les hommes. Le type d'activité et le capital investi ne jouent pas en leur faveur.

Le secteur d'activité joue un rôle important dans la pérennité de l'entreprise. Ainsi, les taux de survie sont plus élevés pour les entreprises de transport et d'entreposage, les entreprises de l'industrie et celles proposant des services aux ménages. À l'inverse, ils sont plus faibles dans le commerce et la réparation ou l'hébergement et la restauration, deux secteurs où les femmes sont très présentes. Mais, à secteur d'activité identique, les femmes réussissent moins bien.

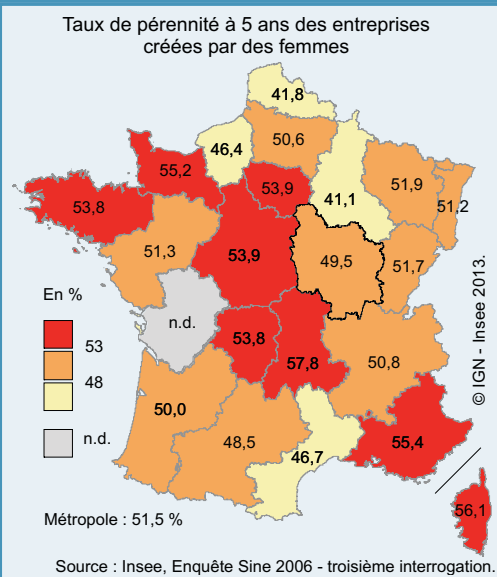
L'investissement initial est tout autant essentiel. Avec une mise de fonds dépassant 160 000 euros, les trois quarts des entreprises sont encore actives cinq ans après leur création ; avec moins de 2 000 euros investis, le taux de survie tombe à 45 %.

En investissant des montants plus modestes que les hommes, les femmes se donnent moins de chance. Pourtant, au delà de 80 000 euros, elles réussissent mieux, une garantie pour les structures financières qui les soutiennent. Orienter les femmes vers des secteurs d'activités moins fragiles, les soutenir dans leur

choix initial, leur garantir davantage de moyens financiers sont des enjeux forts pour les structures qui accompagnent et soutiennent la création d'entreprise. L'entrepreneuriat isole si des réseaux actifs ne fédèrent pas les entrepreneuses et ne proposent pas, dans les étapes critiques de vie de l'entreprise, un accompagnement adapté à leur besoin.

■ Christine Charton, Jocelyne Gaborieau, Stéphane Vigneau.

### Bourgogne : près d'une entreprise sur deux pérenne après cinq ans



### Le système d'information sur les nouvelles entreprises (Sine)

Le monde des entreprises évolue continuellement. Des entreprises se créent tandis que d'autres disparaissent ou sont reprises. L'Insee gère le répertoire SIRENE (système informatisé du répertoire national des entreprises et des établissements) qui permet de dénombrer l'ensemble des nouvelles entreprises. Ces informations concernent essentiellement l'entreprise mais peu le créateur lui-même.

Pour compléter ces données, l'Insee a créé un « Système d'information sur les nouvelles entreprises », (Sine).

Ce dispositif permet d'étudier et de suivre les créations et la vie des jeunes entreprises autour de différents thèmes tels que : le profil du créateur, les conditions de la création, les difficultés rencontrées, leur pérennité...

En janvier 2009, un nouveau statut voit le jour, l'auto-entrepreneuriat. Très vite adopté par les créateurs, il devance dès la première année la création d'entreprises classiques. En 2010, le dispositif SINE s'est donc doté d'une nouvelle enquête « auto-entrepreneurs » permettant ainsi de couvrir l'ensemble des créations d'entreprises en France.

## POUR EN SAVOIR PLUS

- Créations d'entreprises en Bourgogne au premier trimestre 2012 : l'auto-entrepreneuriat fait toujours recette Bourgogne Dimensions n°90 - juillet 2012.
- Créations d'entreprises en Bourgogne : sursaut au 4<sup>e</sup> trimestre 2011 Bourgogne Dimensions n°88 - février 2012.
- Créations et créateurs d'entreprises - Première interrogation 2010, profil du créateur Insee résultats N°58 Economie - février 2012.
- En Bourgogne sept entreprises sur dix passent le cap des trois ans Bourgogne Dimensions n°171 - octobre 2011.