

BAROMÈTRE

ENVIE



d'entreprendre

idinvest
PARTNERS

LE FIGARO
économie

idinvest
PARTNERS

MAI 2016

TABLE DES MATIÈRES

PRÉSENTATION ET MODALITÉS DE RÉALISATION	5
SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS	6
L'INDICE ENVIE D'ENTREPRENDRE IDINVEST PARTNERS	10
L'ENVIE D'ENTREPRENDRE	12
LE PROJET D'ENTREPRISE	13
LES RAISONS DE L'ENVIE D'ENTREPRENDRE	14
LE SECTEUR D'ACTIVITÉ ENVISAGÉ	15
L'ATTRACTION DU DIGITAL	16
LES SOURCES DE FINANCEMENT	17
LES VALEURS PERSONNELLES	18
LES ÉLÉMENTS DE CONJONCTURE	19
LE TYPE D'ENTREPRISE ENVISAGÉ	21
LES « FACTEURS DÉCLENCHEURS » : LES RAISONS DU PROJET D'ENTREPRISE	22
L'ABSENCE DE PROJET D'ENTREPRISE	23
LES FACTEURS DISSUASIFS	24
L'ENTREPRENEURIAT DES FEMMES	25
LES ENTREPRENEURS : HOMMES OU FEMMES ?	25
LES ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET À VENIR	27
LES CAUSES D'ÉVOLUTION	28
LES FREINS ET OPPORTUNITÉS À L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ	30
L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LE DIGITAL	31
L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LE DIGITAL : QUELLES SPÉCIFICITÉS ?	32
TÉMOIGNAGES : PORTRAITS D'ENTREPRENEURES DU DIGITAL	34

PRÉSENTATION ET MODALITÉS DE RÉALISATION

PRÉSENTATION :

Idinvest Partners et Le Figaro présentent la 4^{ème} vague de l'observatoire exclusif consacré à l'idée d'entreprendre.

Cet observatoire semestriel consiste en une étude d'opinion menée auprès d'un vaste échantillon représentatif de la population française (5 001 personnes).

Pour cette 4^{ème} édition, les enjeux liés à l'entrepreneuriat des femmes et à l'entrepreneuriat dans le secteur du digital ont été analysés de manière plus détaillée, permettant d'évoquer, à travers ce sujet, ce que sera l'entrepreneuriat de demain : féminisé, et transformé encore davantage par les opportunités offertes par les outils numériques.

MODALITÉS DE RÉALISATION :

Sondage réalisé par Viavoice pour Idinvest Partners et Le Figaro, en ligne, du 12 au 25 avril 2016.

Échantillon de 5 001 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

Et si la femme était l'avenir de l'entreprise ? Pour deux français sur trois, le digital est une opportunité pour l'entrepreneuriat féminin

L'indice Iinvest Partners « Entreprendre » est en hausse en ce premier semestre 2016 (**320, +20 points**), porté par une conjoncture moins difficile, notamment en termes de croissance et d'emploi. Toutefois, cette inversion tendancielle reste encore timide, après deux semestres de baisse de l'envie d'entreprendre, et devra se confirmer dans les prochains mois.

Au-delà de ces éléments de conjoncture, l'entrepreneuriat apparaît aujourd'hui à un tournant historique. Longtemps domaine réservé d'hommes d'affaires expérimentés, aux relations et aux capitaux importants, la création d'entreprise s'ouvre de plus en plus à de nouveaux profils, et notamment aux femmes.

Une évolution de fond amenée à s'amplifier dans les années à venir, selon les Français, car portée par les besoins des entreprises et de l'économie :

- **Un besoin d'innovation**, de **créativité** et d'**anticipation des tendances** de consommation, des qualités largement reconnues aux créatrices d'entreprises ;
- Au sein d'une économie de plus en plus liée, et portée, par le digital, qui offre aux femmes de **nouvelles opportunités pour entreprendre, selon 66% des Français**.



Les femmes créent de plus en plus d'entreprises, et en créeront encore davantage à l'avenir, selon les Français

L'entrepreneuriat féminin n'est pas qu'une tendance nouvelle : il s'est imposé depuis une vingtaine d'années de manière croissante. Selon l'Insee, la part des femmes créatrices d'entreprises individuelles (celles-ci représentant 95% des créations d'entreprises) est ainsi passée de **30%** en 1995 à **34%** en 2005 et **40%** en 2015.

Une évolution largement perçue par le grand public, puisque pour une très large majorité de Français (**80%**), la part des femmes créant des entreprises est « de plus en plus importante ».

Aujourd'hui, d'ailleurs, très peu de différences s'observent concernant l'envie d'entreprendre selon le genre : **34% des hommes et 31% des femmes souhaiteraient créer leur propre entreprise.**

Cette tendance de fond de féminisation de l'entrepreneuriat n'est d'ailleurs pas prête à s'arrêter, voire s'accélérerait, selon le grand public : **pour 72% des Français, la part des femmes créant des entreprises sera « de plus en plus importante » dans les vingt ans à venir.**

Comment expliquer cette mutation profonde de l'entrepreneuriat, dont nous commençons à peine à entrevoir l'impact réel, sur la société comme sur le plan économique ?

Les données de notre étude montrent que ce tournant historique est porté certes par l'évolution des mentalités, mais surtout par certaines mutations économiques. Parmi celles-ci, le digital apparaît comme un formidable accélérateur de la féminisation de l'entrepreneuriat.



Premier facteur d'explication : les créatrices d'entreprise ont des qualités spécifiques répondant à des besoins économiques croissants.

Ainsi, des qualités spécifiques sont reconnues aux femmes dans le monde professionnel, au premier rang desquelles l'innovation et la créativité :

- **21%** du grand public pense ainsi qu'il est plus facile d'être une femme pour « définir un concept ou une idée novatrice » (contre seulement **9%** pour lesquels il est plus facile d'être un homme) ;
- Une « qualité féminine » ressortant également parmi les motivations des femmes souhaitant créer une entreprise : celles-ci sont en effet plus nombreuses que leurs homologues masculins à mettre en avant la volonté de « **concrétiser une idée, une vision qui leur tient à cœur** » (**23%** contre **19%**) ou encore la volonté d'« **exploiter davantage leurs compétences et leur créativité** » (**24%** contre **22%**).

Deuxième facteur d'explication : les freins d'hier sont devenus les motivations d'aujourd'hui.

La recherche de l'« idée novatrice » n'est pas le seul moteur de l'entrepreneuriat des femmes.

Au premier rang de leurs motivations pour créer leur entreprise, les femmes aspirant à l'entrepreneuriat souhaitent également une vie plus libre et une meilleure reconnaissance au quotidien. Ainsi créer son entreprise signifie pour ces femmes entrepreneures :

- **Rechercher la liberté et l'indépendance** (pour **49%** d'entre elles, contre **45%** des hommes) ;
- **S'épanouir personnellement** (**42%** contre **34%** pour les hommes) ;
- Et **organiser son temps de travail comme on le souhaite** (**34%** contre **19%** des hommes).

Ces motivations sont essentielles dans la compréhension de l'entrepreneuriat des femmes, puisque les logiques anciennes s'inversent : hier considérées comme des freins à l'entrepreneuriat féminin, la volonté de concilier famille et projet professionnel, ou la quête de liberté et d'indépendance, sont aujourd'hui des éléments moteurs pour la création d'entreprise, considérés comme un nouveau moyen d'émancipation, en quelque sorte, après les avancées sociales et sociétales des années 1970 et 1980.

Conclusion : au carrefour de ces mutations, le digital apparaît comme un formidable accélérateur de l'entrepreneuriat des femmes.

Dans ce contexte sociétal et économique favorable à l'entrepreneuriat des femmes, le digital apparaît comme un formidable accélérateur de ce mouvement, un levier d'ailleurs perçu par les deux tiers des Français (66%) qui considèrent que le digital offre aux femmes de nouvelles opportunités pour entreprendre, avec des justifications de trois ordres :

- Le premier argument est celui de « **la modernité** » : offrant des possibilités de développement infinies aux entrepreneurs innovants capables de révolutionner un secteur, le digital est par essence un domaine ouvert à la diversité (de sexe, mais aussi d'âge) et où chacun peut réussir s'il sait capter une nouvelle tendance de consommation et y répondre de manière adéquate ;
- Le second argument est celui de la « **compétence** » : les qualités reconnues aux femmes dans le monde professionnel, la créativité et l'innovation, mais aussi une capacité relationnelle et une intuition forte en matière de tendances (de pratiques, de consommation) sont des qualités essentielles dans la création et le développement d'une entreprise du digital ;
- Le troisième argument, enfin, est celui de la « **flexibilité** » : le digital permettant de travailler plus facilement de n'importe où, il facilite au mieux la conciliation entre projet professionnel et vie familiale, une motivation forte pour l'entrepreneuriat des femmes.

Enfin, il est intéressant de noter que **ces arguments se renforcent à mesure qu'évoluent et se diversifient les usages du digital et des outils numériques**, un « secteur » s'ouvrant en réalité à l'ensemble des secteurs d'activités via ses différentes composantes : commerce en ligne, économie collaborative, e-learning, santé connectée, domotique et objets connectés, etc.

Par ces nouveaux usages, le digital s'ouvre également, en même temps qu'il « envahit » l'ensemble des secteurs d'activité, à des profils d'entrepreneurs moins « techniciens » qu'auparavant, mais davantage portés vers la créativité et la compréhension des tendances de société. Autant d'évolutions favorables aux créatrices d'entreprises.

Mutations économiques, montée en puissance du digital et importance croissante de la créativité et de l'innovation dans l'entrepreneuriat : les évolutions en cours ne sont pas seulement favorables aux créatrices d'entreprises. Elles montrent que celles-ci, par leurs qualités et leurs potentialités, seront indispensables à l'économie de demain.

L'INDICE ENVIE D'ENTREPRENDRE IDINVEST PARTNERS



*L'indice est réalisé lors de chaque vague d'enquête afin d'en évaluer les évolutions au cours du temps.
L'indice est calculé de la manière suivante :*

32%

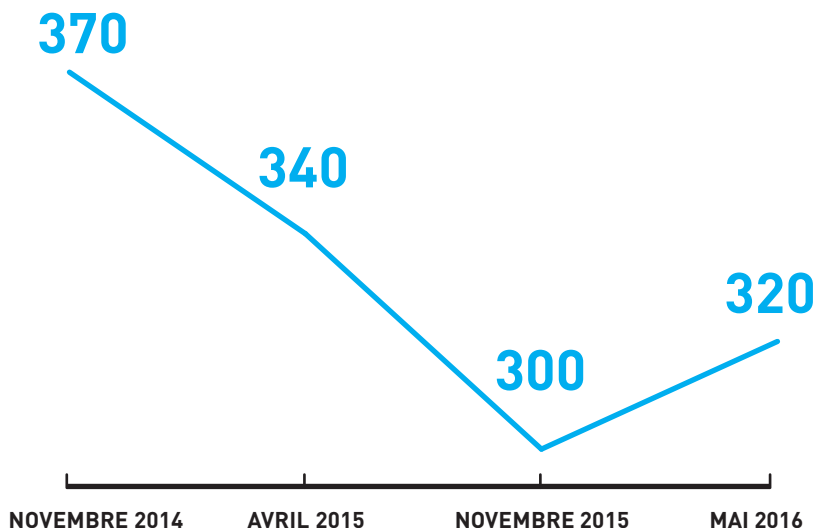
POURCENTAGE DE PERSONNES
AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE
AU SEIN DE LA POPULATION
FRANÇAISE



10%

POURCENTAGE DE PERSONNES
AYANT UN PROJET CONCRET
D'ENTREPRISE AU SEIN DE LA
POPULATION FRANÇAISE

ÉVOLUTION :



L'INDICE IDINVEST PARTNERS EN HAUSSE EN CE PREMIER SEMESTRE 2016 : +20 POINTS

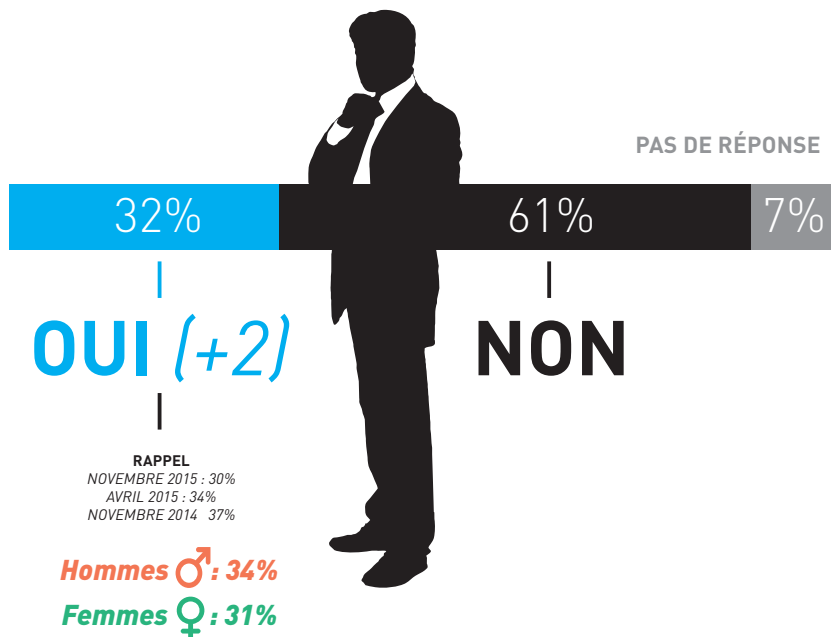
Avec **32%** des Français ayant envie de « **créer leur propre entreprise** », l'envie d'entreprendre enregistre une légère hausse (+2 points depuis novembre 2015) en ce premier semestre, porté par l'amélioration à la marge des indicateurs économiques (croissance et emploi notamment).

En revanche, cette « **envie d'entreprendre** » ne se concrétise pas encore de manière formelle : parmi les Français ayant envie de créer leur propre entreprise, seuls **30%** ont un d'ores-et-déjà un « projet concret », soit **10%** de la population française, un chiffre stable sur les six derniers mois.

Reste donc à vérifier comment évoluera la tendance actuelle, et si cette hausse de l'envie d'entreprendre débouchera effectivement sur des créations d'entreprises dans les mois à venir. Un impact final tributaire de la conjoncture économique mais aussi de l'optimisme plus subjectif des différents acteurs économiques. Si tant est que la croissance reprenne plus énergiquement et que les perspectives pour la France soient porteuses d'optimisme (notamment à travers les prochaines échéances électorales), et la volonté des aspirants entrepreneurs pourrait se concrétiser plus nettement.

L'ENVIE D'ENTREPRENDRE

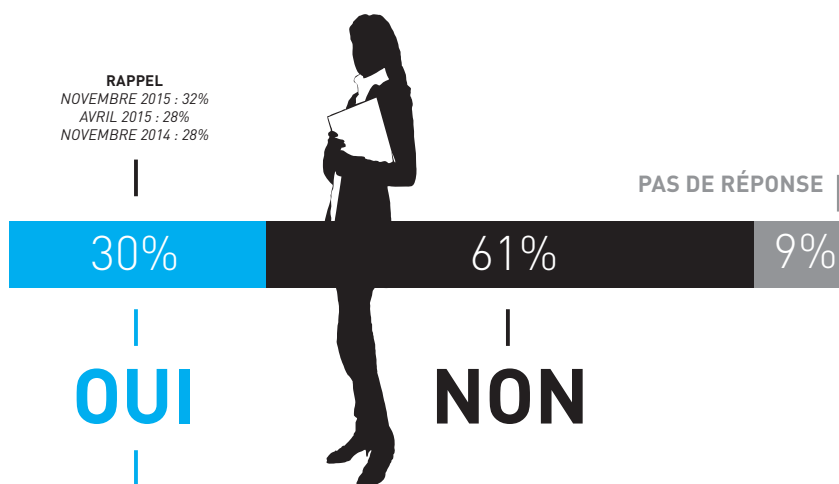
**ACTUELLEMENT, SI VOUS EN AVIEZ LA
POSSIBILITÉ, AURIEZ-VOUS ENVIE
D'ENTREPRENDRE, C'EST-À-DIRE DE CRÉER
VOTRE PROPRE ENTREPRISE ?**



BASE : ECHANTILLON REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

LE PROJET D'ENTREPRISE

ACTUELLEMENT, AVEZ-VOUS UN PROJET CONCRET DE CRÉATION DE VOTRE PROPRE ENTREPRISE, QUE VOUS ENVISAGEZ DE RÉALISER AU PLUS TARD D'ICI UN AN ?



**CORRESPOND À 10%
DE L'ÉCHANTILLON TOTAL**

Hommes ♂ : 11%

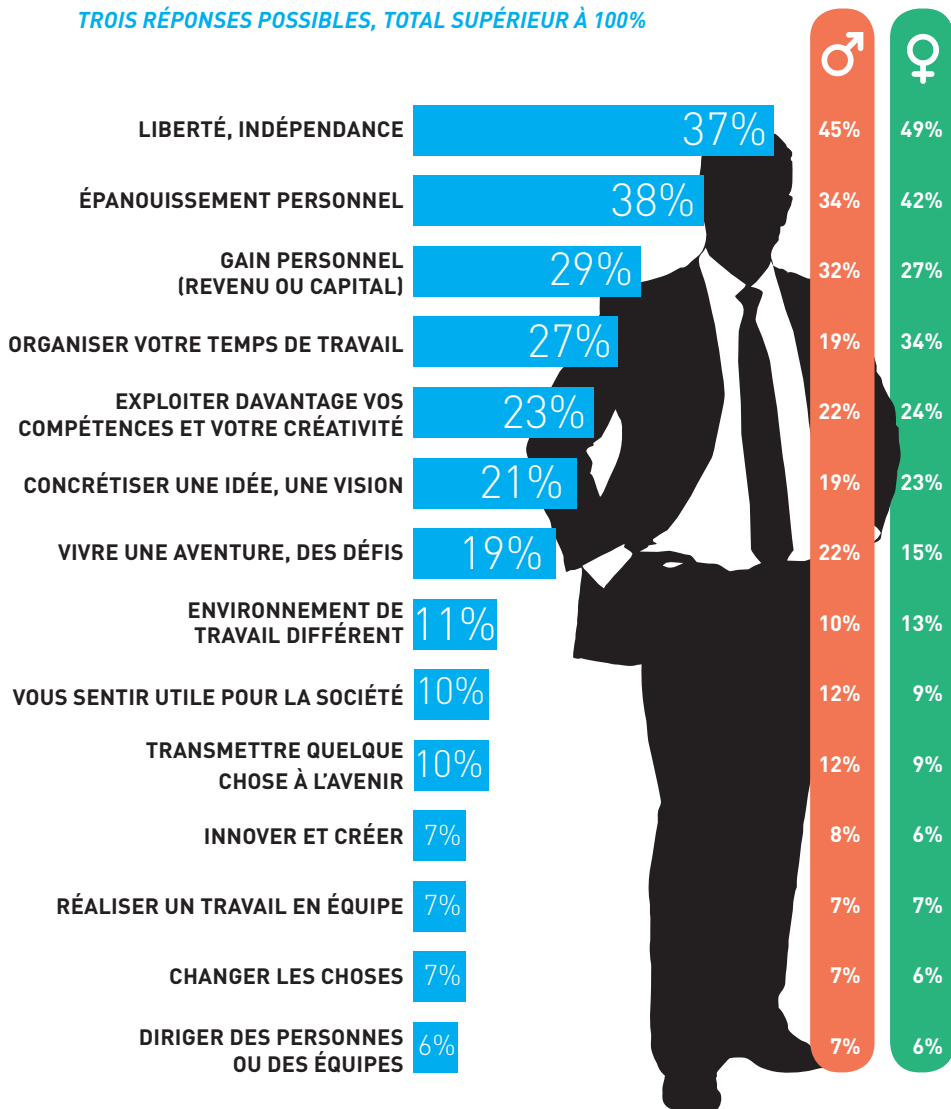
Femmes ♀ : 8%

BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES RAISONS DE L'ENVIE D'ENTREPRENDRE

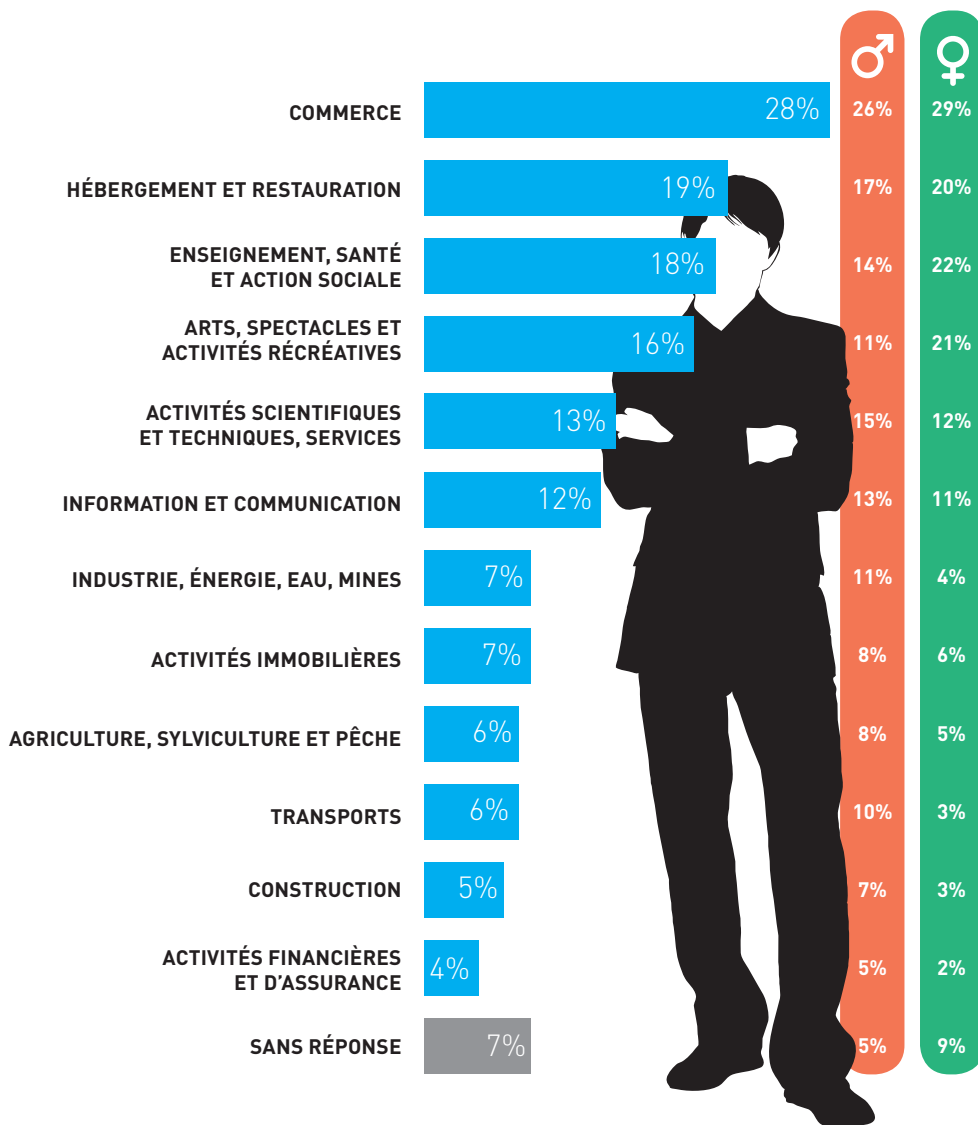
QUELLES SONT TOUTES LES RAISONS QUI VOUS DONNENT ACTUELLEMENT ENVIE D'ENTREPRENDRE ?

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100%



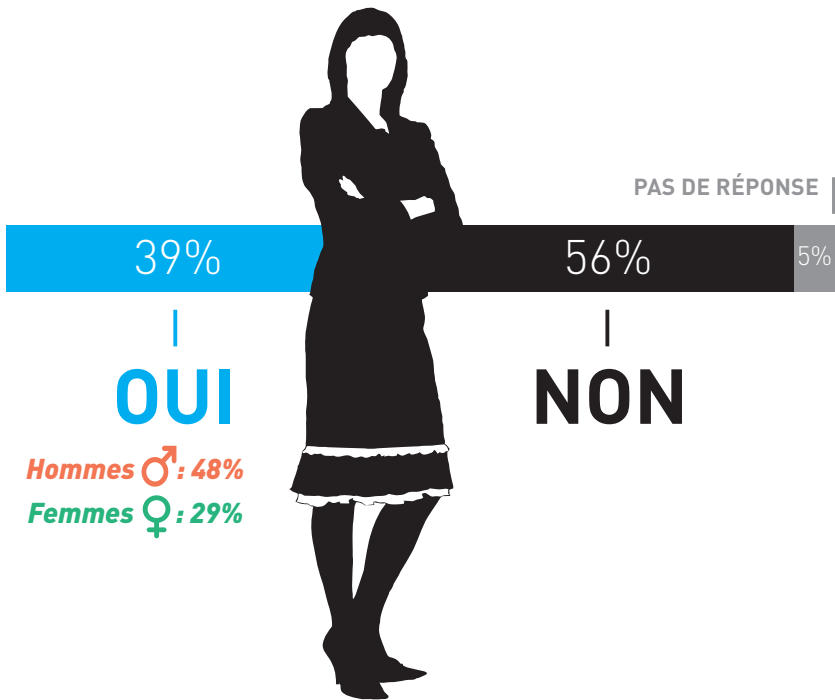
LE SECTEUR D'ACTIVITÉ ENVISAGÉ

DANS QUEL SECTEUR D'ACTIVITÉ AURIEZ-VOUS ENVIE DE CRÉER VOTRE ENTREPRISE ?



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

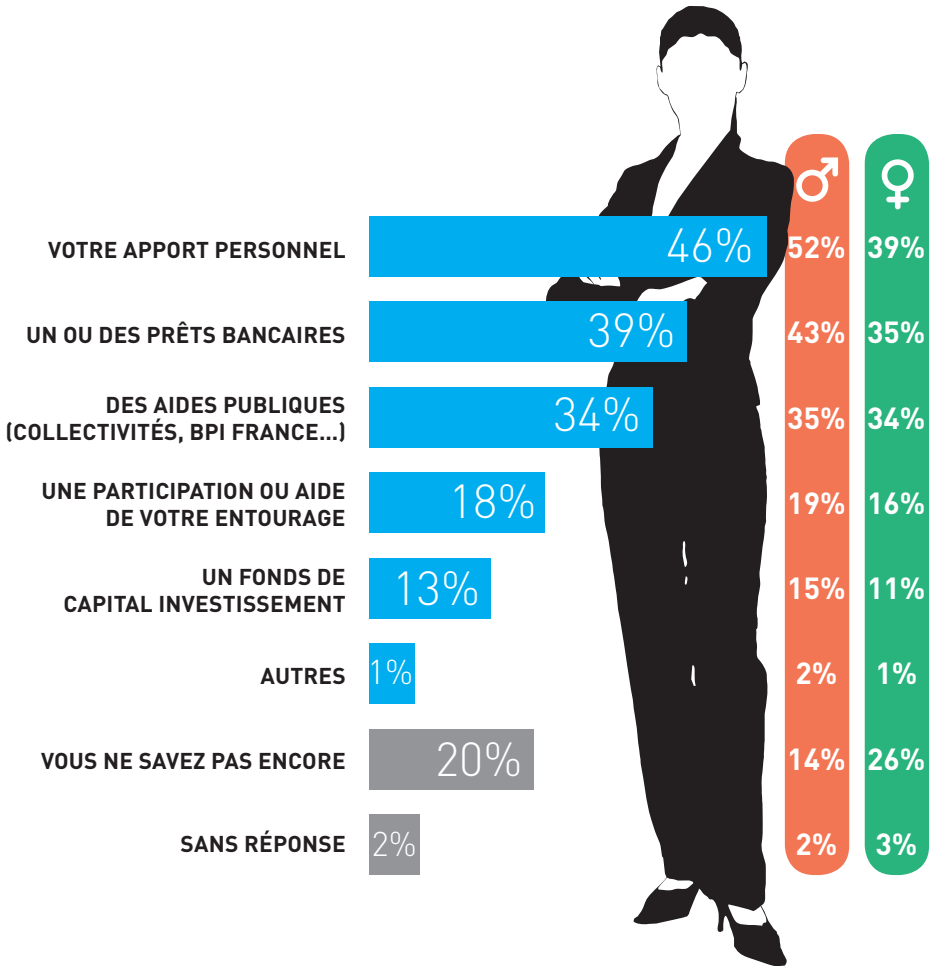
ET AURIEZ-VOUS PLUS PARTICULIÈREMENT ENVIE DE CRÉER UNE ENTREPRISE DANS LE SECTEUR DU DIGITAL OU DU NUMÉRIQUE ?



LES SOURCES DE FINANCEMENT

QUELLES SOURCES DE FINANCEMENT AIMERIEZ-VOUS MOBILISER POUR LA CRÉATION DE VOTRE ENTREPRISE ?

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100%

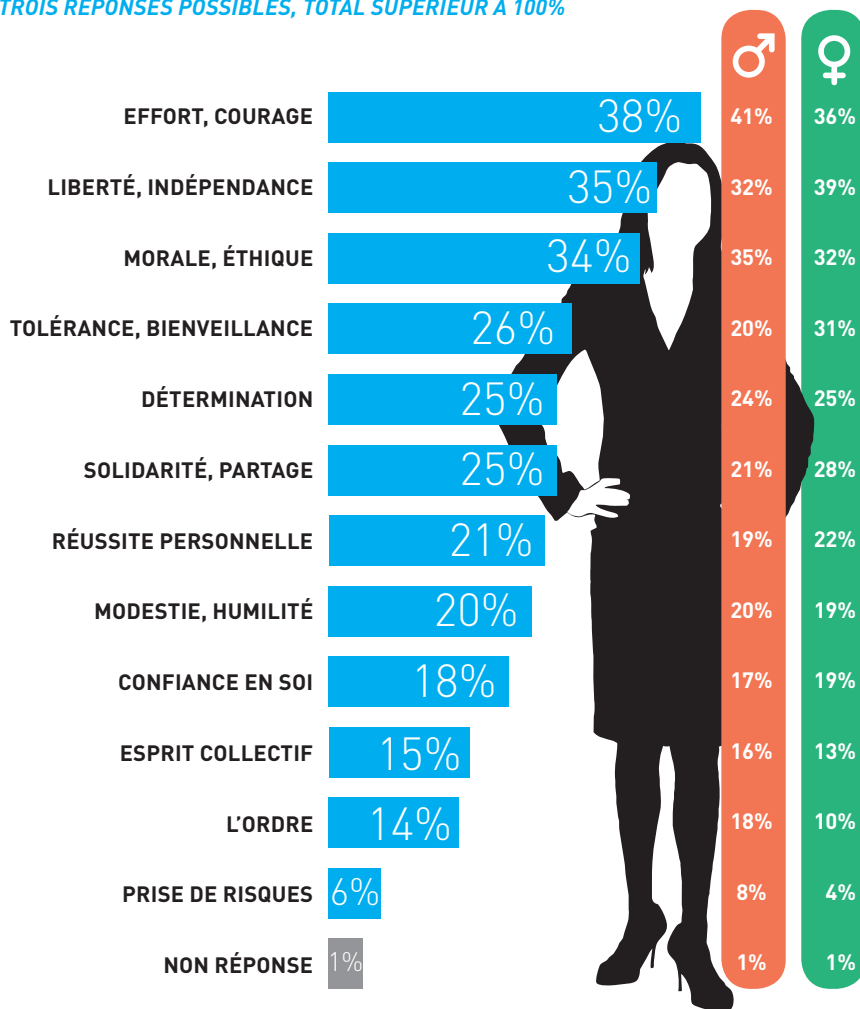


BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES VALEURS PERSONNELLES

À TITRE PERSONNEL, QUELLES SONT LES PRINCIPALES VALEURS AUXQUELLES VOUS ÊTES ATTACHÉ ?

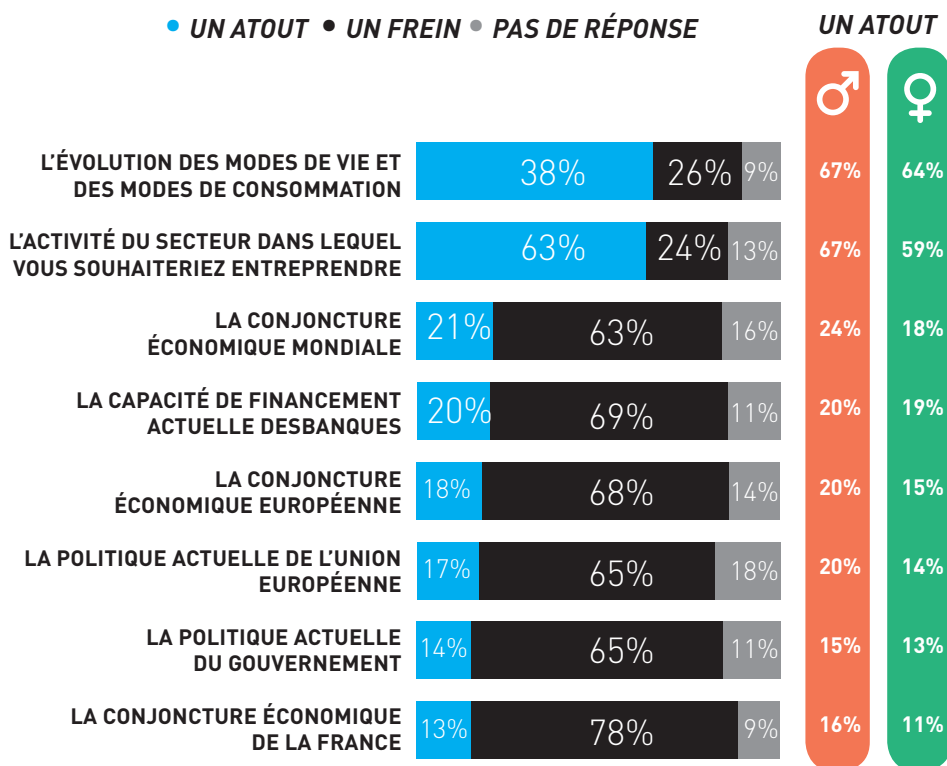
TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100%



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES ÉLÉMENTS DE CONJONCTURE

DIRIEZ-VOUS QUE CHACUN DES POINTS SUIVANTS EST ACTUELLEMENT PLUTÔT UN ATOUT OU PLUTÔT UN FREIN POUR CRÉER SON ENTREPRISE ?

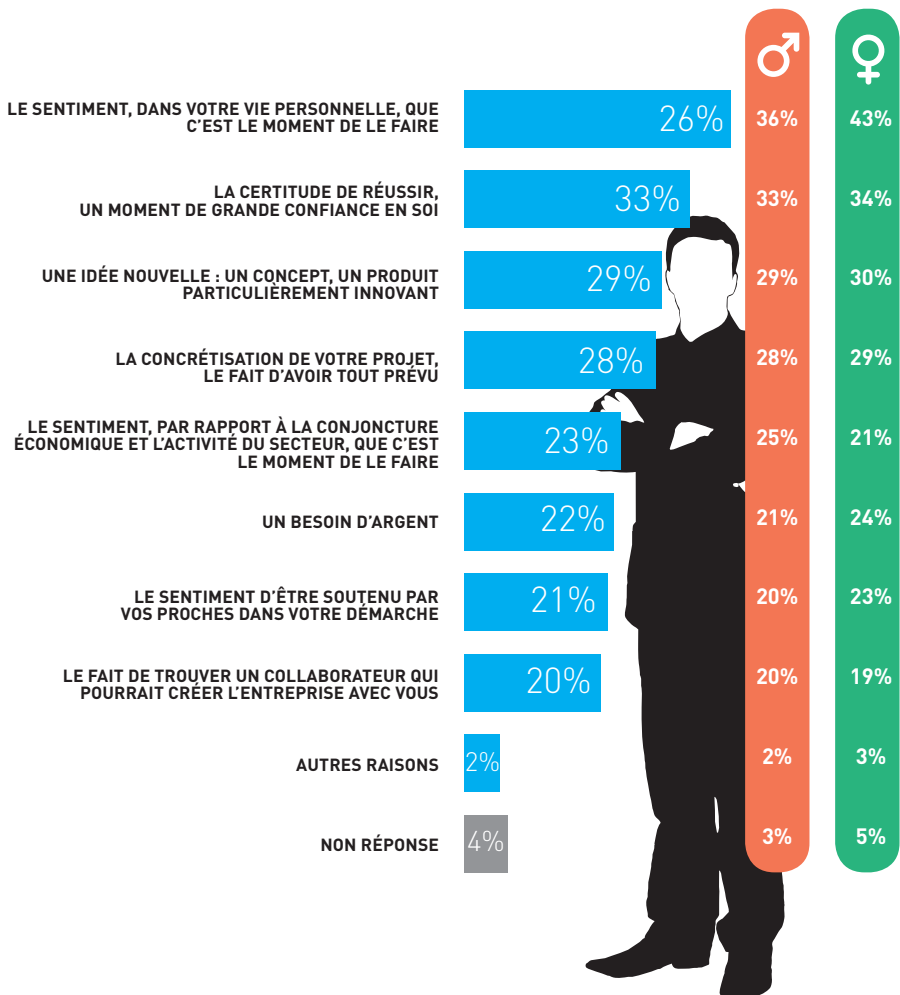


BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LA PRISE DE DÉCISION, LE DÉCLIC NÉCESSAIRE À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

AU FINAL, QU'EST-CE QUI POUR VOUS PROVOQUERA LA DÉCISION FINALE DE CRÉER VOTRE ENTREPRISE ET LE LANCEMENT DE VOTRE PROJET ?

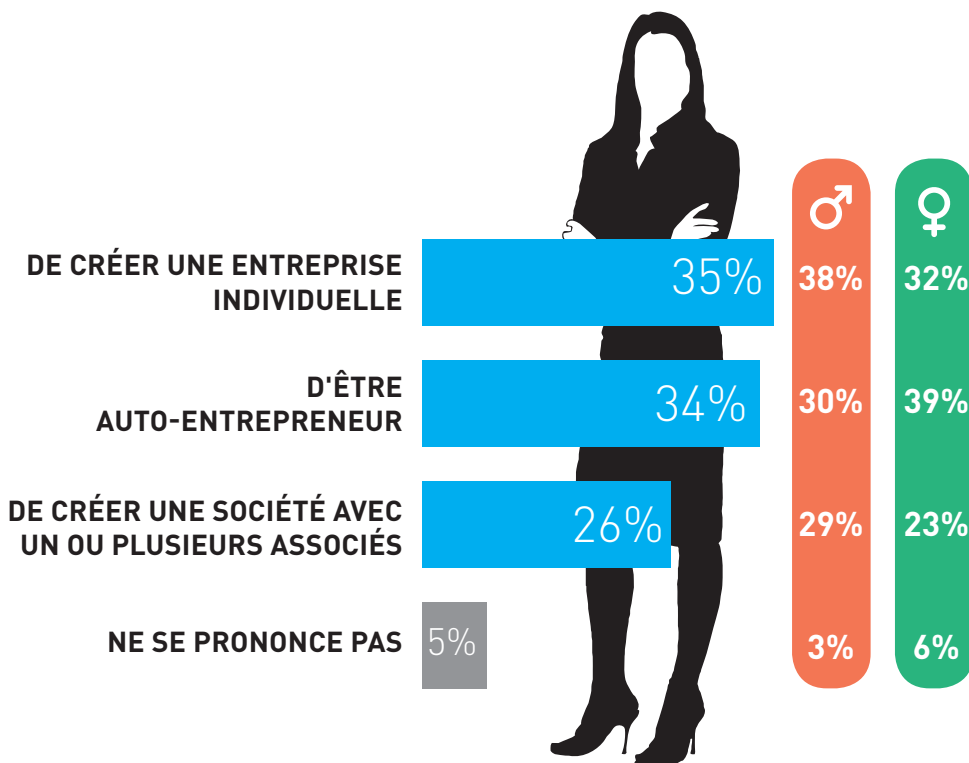
PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100%



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENREPRENDRE

LE TYPE D'ENTREPRISE ENVISAGÉ

CONCRÈTEMENT, AURIEZ-VOUS ENVIE...



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES « FACTEURS DÉCLENCHEURS » : LES RAISONS DU PROJET D'ENTREPRISE

QUELLES SONT TOUTES LES RAISONS QUI VOUS ONT CONDUIT À AVOIR CE PROJET CONCRET DE CRÉATION DE VOTRE PROPRE ENTREPRISE ?

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100%



BASE : PERSONNES AYANT UN PROJET CONCRET D'ENTREPRISE

L'ABSENCE DE PROJET D'ENTREPRISE

PARMI LES PERSONNES N'AYANT PAS DE PROJET CONCRET D'ENTREPRISE :

RAPPEL
NOVEMBRE 2014 : 71%
AVRIL 2015 : 72%
NOVEMBRE 2015 : 65%

N'ONT PAS ESSAYÉ DE METTRE EN
OEUVRE UN PROJET D'ENTREPRISE. |

PAS DE RÉPONSE

66%

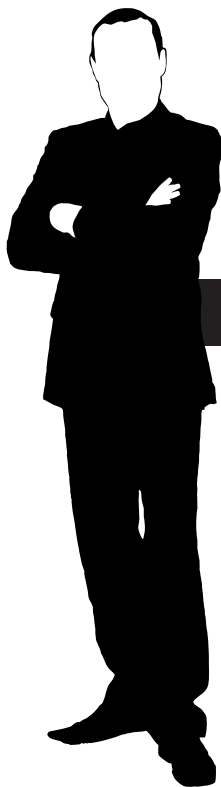
19%

15%

ONT ESSAYÉ DE METTRE EN OEUVRE
UN PROJET D'ENTREPRISE MAIS ONT
ARRÊTÉ.

Hommes ♂ : 22%

Femmes ♀ : 17%

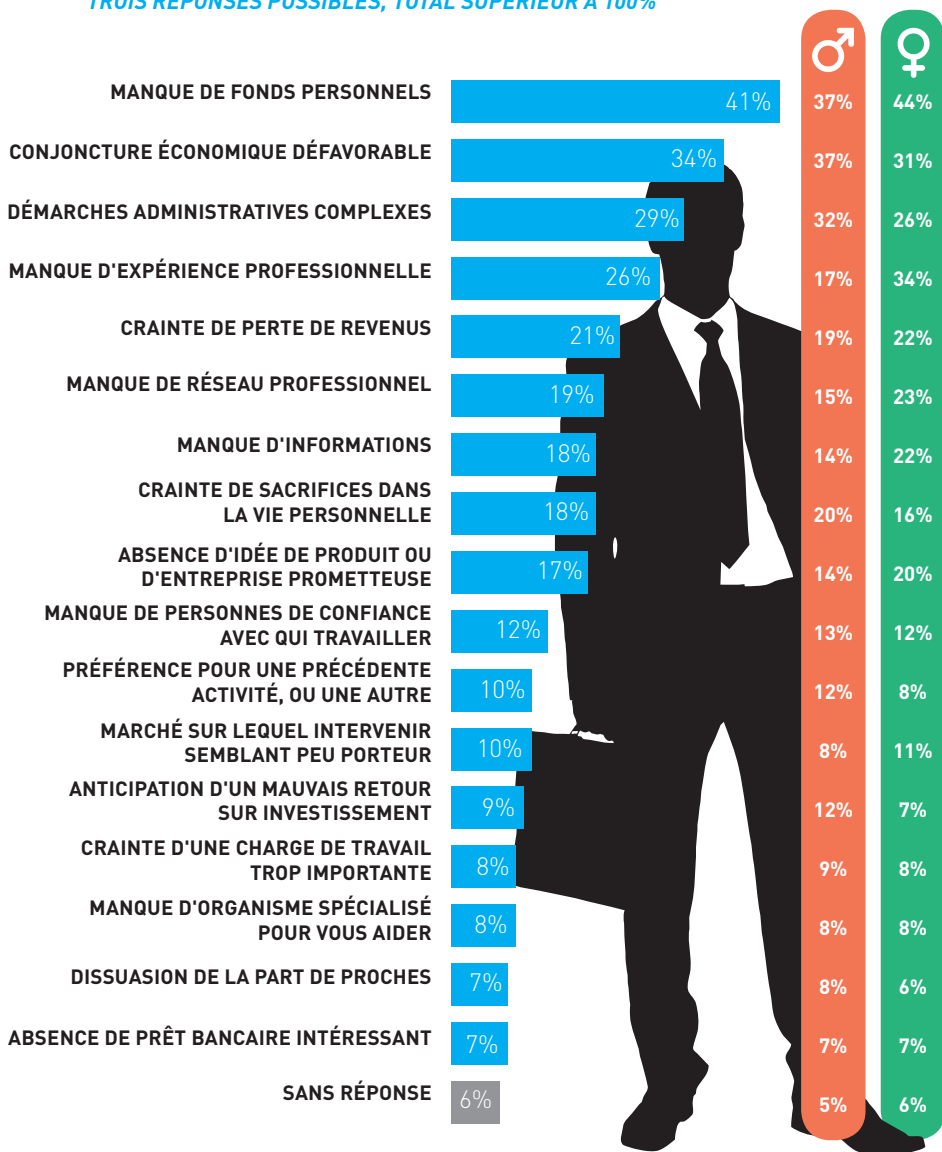


BASE : PERSONNES N'AYANT PAS DE PROJET CONCRET D'ENTREPRISE

LES FACTEURS DISSUASIFS

QUELLES SONT TOUTES LES RAISONS QUI VOUS DISSUADENT DE RÉALISER CE PROJET CONCRET DE CRÉATION D'ENTREPRISE ?

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100%



LES ENTREPRENEURS : HOMMES OU FEMMES ?

DIRIEZ-VOUS QU'EN MATIÈRE D'ENTREPRENEURIAT ET DE CRÉATION D'ENTREPRISES, IL Y A AUJOURD'HUI :

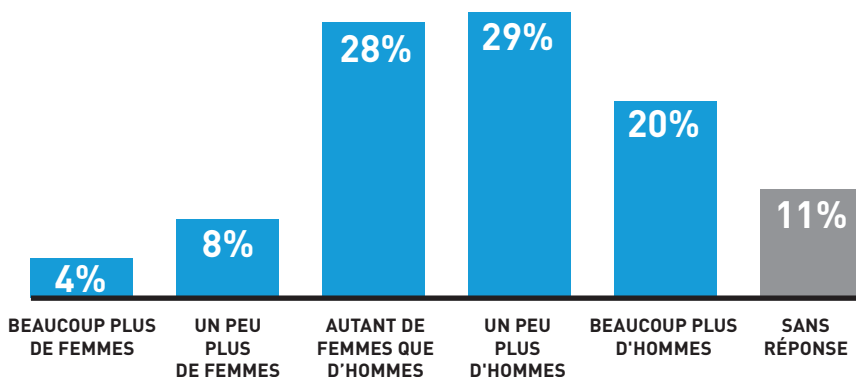
AUTANT OU PLUS DE FEMMES QUI CRÉENT DES ENTREPRISES

♂ 41% ♀ 41%



PLUS D'HOMMES QUI CRÉENT DES ENTREPRISES

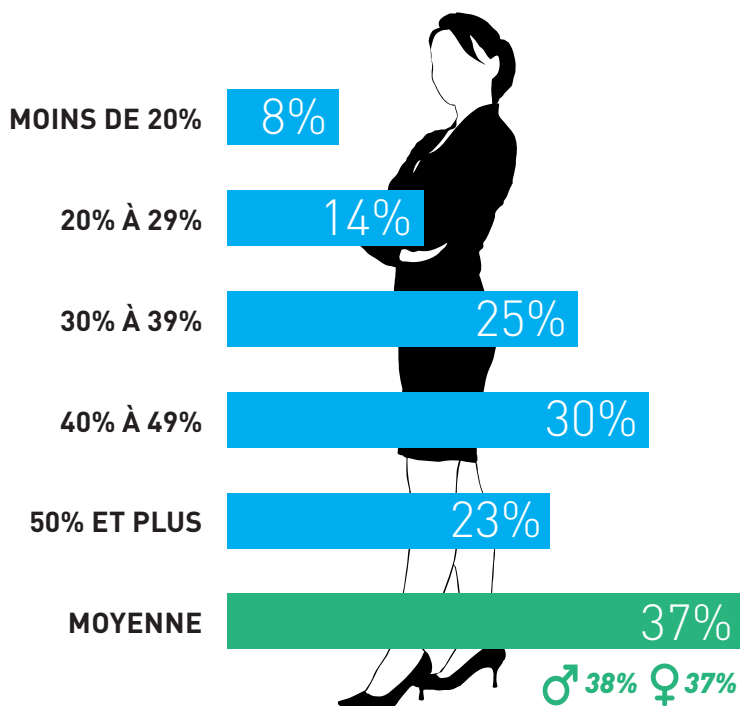
♂ 49% ♀ 48%



BASE : ECHANTILLON REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

ENTREPRENEURS : HOMMES OU FEMMES ?

SELON VOUS, QUELLE EST LA PART D'ENTREPRISES ACTUELLEMENT CRÉÉES PAR DES FEMMES, PAR RAPPORT À L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES NOUVELLEMENT CRÉÉES EN FRANCE ?

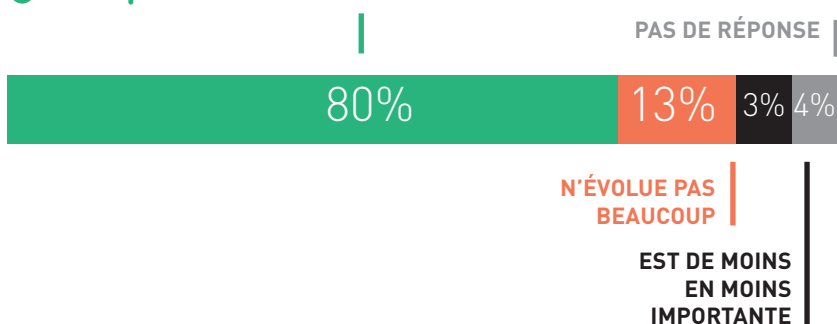


LES ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET À VENIR

DIRIEZ-VOUS QUE DEPUIS UNE VINGTAINÉ D'ANNÉES, LA PART DES FEMMES CRÉANT DES ENTREPRISES...

EST DE PLUS EN PLUS IMPORTANTE

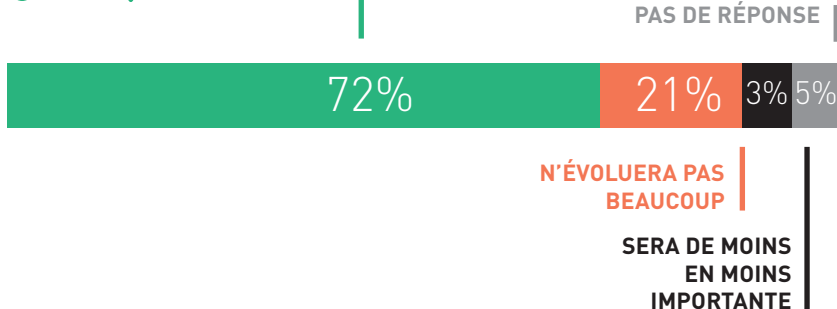
♂ 82% ♀ 79%



ET PENSEZ-VOUS QUE DANS LES VINGT ANS À VENIR, LA PART DES FEMMES CRÉANT DES ENTREPRISES...

SERA DE PLUS EN PLUS IMPORTANTE

♂ 72% ♀ 72%



BASE : ÉCHANTILLON REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

LES CAUSES D'ÉVOLUTION

POURQUOI DITES-VOUS QUE LA PART DES FEMMES CRÉANT DES ENTREPRISES SERA DE PLUS EN PLUS IMPORTANTE DANS LES VINGT ANS À VENIR ?

69% Les mentalités et la place des femmes ont évolué et continueront d'évoluer dans la société et au travail

- « Les femmes sont de plus en plus sûres d'elles »
- « L'évolution de la société : les femmes étant autant diplômées elles sont tout à fait capables de s'investir dans une création d'entreprise »
- « Parce qu'elles s'émancipent et deviennent beaucoup plus indépendantes que par le passé »
- « Car les mentalités évoluent, les femmes sont de plus en plus ambitieuses »

20% Les femmes ont les mêmes capacités et les mêmes droits

- « On est au 21ème siècle il est normal que la femme ait les mêmes droits que les hommes »
- « Les femmes ont les mêmes capacités »
- « Elles sont aussi qualifiées pour entreprendre »

17% Les femmes sont plus méritantes et/ou ont des capacités spécifiques

- « Les femmes sont plus ambitieuses »
- « Elles sont plus créatives »
- « Elles sont plus entreprenantes que les hommes »

POURQUOI DITES-VOUS QUE LA PART DES FEMMES CRÉANT DES ENTREPRISES N'ÉVOLUERA PAS OU SERA DE MOINS EN MOINS IMPORTANTE DANS LES VINGT ANS À VENIR ?

40% Les femmes ne sont pas assez considérées et prises au sérieux pour entreprendre (par les proches, les professionnels, les investisseurs...)

« Les banques ont du mal à accorder des crédits »
« Les femmes sont sous-estimées, moins soutenues »
« Parce que les hommes se croient toujours supérieurs et n'ont aucune confiance dans les femmes »

38% Les femmes entreprennent déjà autant ou presque que les hommes

« Je pense que la progression va s'arrêter relativement vite et que les proportions hommes-femmes vont se stabiliser »
« C'est déjà arrivé à un niveau satisfaisant »

22% Les femmes ont trop de responsabilités familiales, trop de contraintes pour avoir le temps d'entreprendre

« Les femmes seront toujours handicapées par les enfants »
« Beaucoup de femmes n'ont pas le même mental que les hommes, je pense que pour la majorité d'entre elles la famille reste une priorité »
« Leur responsabilité à charge au sein de la famille entrave la liberté et la facilité d'entreprendre »

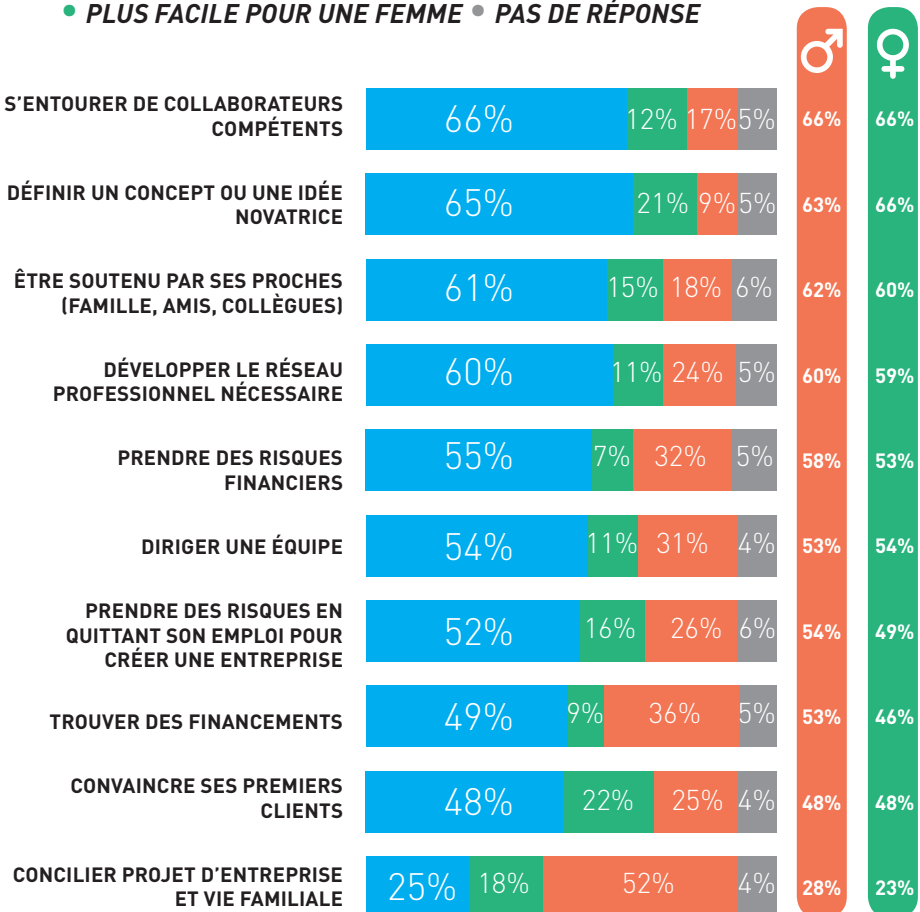
BASE : AUX PERSONNES PENSANT QUE LA PART DES FEMMES ENTREPRENEURES N'ÉVOLUERA PAS OU SERA MOINS IMPORTANTE (24%) :

LES FREINS ET OPPORTUNITÉS À L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

DIRIEZ-VOUS QUE POUR CRÉER SON ENTREPRISE ET LA DÉVELOPPER, IL EST PLUS FACILE D'ÊTRE UNE FEMME, D'ÊTRE UN HOMME, OU QUE CELA N'A QUE PEU D'IMPORTANCE

- **PEU D'IMPORTANCE** • **PLUS FACILE POUR UN HOMME**
- **PLUS FACILE POUR UNE FEMME** • **PAS DE RÉPONSE**

PEU
D'IMPORTANCE



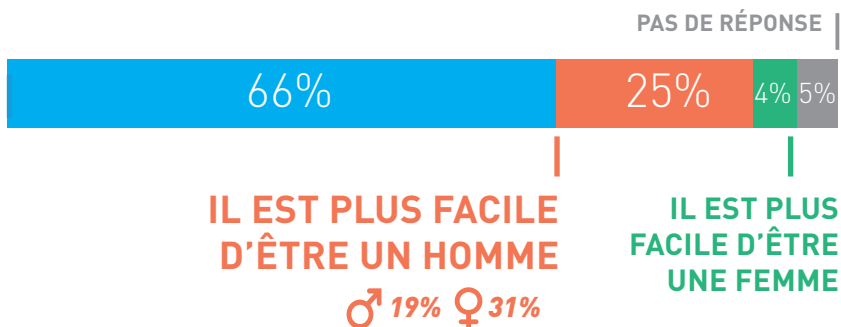
BASE : ECHANTILLON REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LE DIGITAL

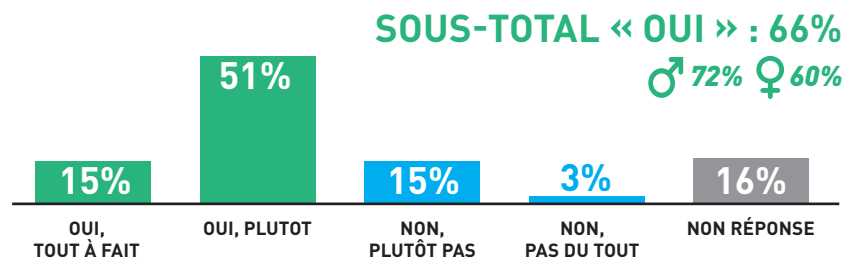
**DIRIEZ-VOUS QUE DANS LE SECTEUR DU
DIGITAL OU DU NUMÉRIQUE IL EST PLUS
FACILE DE RÉUSSIR LORSQU'ON EST UNE
FEMME, UN HOMME, OU QUE CELA NE
CHANGE PAS GRAND-CHOSE ?**

CELA NE CHANGE PAS GRAND CHOSE

♂ 72% ♀ 60%



**ET PENSEZ-VOUS QUE CE SECTEUR DU
DIGITAL OU DU NUMÉRIQUE OFFRE AUX
FEMMES DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS
POUR AVOIR UN PROJET D'ENTREPRISE ET
CRÉER UNE ENTREPRISE ?**



BASE : ECHANTILLON REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LE DIGITAL : QUELLES SPÉCIFICITÉS ?

POURQUOI DITES-VOUS QUE LE SECTEUR DU DIGITAL OFFRE AUX FEMMES DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS POUR AVOIR UN PROJET D'ENTREPRISE ET CRÉER UNE ENTREPRISE ?

59% L'argument de la « modernité » (contre les conservatismes) : le digital est un secteur encore nouveau et très innovant, il offre donc des opportunités à tous et notamment aux femmes

- « Homme ou femme, derrière un écran on est égaux »
- « Parce que c'est un secteur novateur et donc plus apte à s'ouvrir aux femmes »
- « Les nouvelles technologies sont un secteur innovant où les femmes ont leur place »
- « Ce domaine est tellement vaste qu'il y a toujours de nouveaux projets à développer »
- « Les hommes et les femmes ont autant de chance de réussir »
- « Car les mentalités évoluent, les femmes sont de plus en plus ambitieuses »

31% L'argument de la « compétence » : les femmes ont des qualités particulièrement adaptées pour entreprendre dans le digital (relationnel, créativité, intuitivité, innovation)

- « Les femmes ont un bon relationnel »
- « Les femmes encadrent bien »
- « La femme est souvent plus créative et plus intuitive que l'homme »
- « Elles font de plus en plus d'études dans ce domaine »
- « Elles ont des idées innovantes »

10% L'argument de la « flexibilité » : le digital permet de travailler à domicile et offre ainsi la possibilité aux femmes de concilier vie familiale et vie professionnelle

- « Possibilité du télétravail, depuis le domicile »
- « On peut travailler à la maison et concilier plus facilement travail et famille »
- « La flexibilité horaire, souvent possible dans le domaine numérique, permet aux femmes de concilier plus aisément vie professionnelle et vie de famille, notamment si elles peuvent travailler depuis chez elles »



MARION CARRETTE, FONDATRICE DE OUICAR

« JE PENSE SINCÈREMENT QUE LES HOMMES ET LES FEMMES ONT LES MÊMES AMBITIONS, LES MÊMES ENVIES »

Lorsque l'on demande à Marion Carrette ce qui lui a donné l'envie d'entreprendre, la réponse est simple. Pour elle, c'est « un terreau familial favorable » – son grand père, puis son père étaient entrepreneurs – , mais aussi « des rencontres », celle avec Loïc Le Meur, créateur de plusieurs entreprises, et enfin « un secteur foisonnant d'idées et de projets ». Marion a toujours travaillé dans le digital, un milieu propice à l'entrepreneuriat qui s'est ouvert à un « univers de profils très large » et qui « a donné leur chance à des gens qui avaient 25 ans » de se lancer dans leurs projets.

Comment expliquer cette diversité permise par le digital, par rapport à d'autres secteurs ? Pour Marion Carrette, c'est essentiellement grâce à la possibilité de lancer une activité sans trop de risques financiers, et en innovant très rapidement. Ainsi, les apports financiers et les moyens

humains nécessaires au démarrage sont sans commune mesure avec certains secteurs : « ce qui est intéressant dans le digital c'est que finalement on peut créer une entreprise sans dépenser, ou sans investissements colossaux. Avec un ordinateur et un développeur vous faites des choses extraordinaires ».

Quant à l'innovation, le digital offre l'opportunité inespérée d'innover rapidement en testant un concept à petite échelle : « On peut de manière assez simple tester des idées, ajuster... On est beaucoup dans l'itération finalement, ce qui permet de commencer petit et de grossir peu à peu ». Mais aussi très vite, à partir d'un certain moment, si le concept fonctionne et trouve son public : OUI-CAR regroupe aujourd'hui environ 30 000 voitures, « soit l'équivalent d'une flotte d'Avis ou de Hertz ».

Une croissance rapide qui, paradoxalement, pose à un certain moment des défis organisationnels majeurs : « La seule complexité actuellement c'est de gérer la croissance, réussir à former suffisamment vite, et se réorganiser. Comment fait-on pour passer de 10 personnes à 100 ? Et surtout, comment fait-on pour garder l'âme de l'entreprise et cet esprit d'équipe ? ».

D'où la nécessité de faire preuve d'une « flexibilité et d'une adaptation permanente quand on est dans ce genre d'environnement », et de gérer les hauts et les bas liés à une activité sans cesse en mouvement : « C'est en quelque sorte le yoyo émotionnel : un jour vous êtes hyper content car vous avez explosé les compteurs et le lendemain vous apprenez que quelqu'un démissionne... Il faut être zen et d'humeur égale tout le temps, et ne pas transmettre un quelconque stress aux équipes. Donc il faut être solide, et il ne faut pas que ça vous affecte parce que sinon on ne vit plus... ».

Pour Marion Carrette, le fait d'être une femme n'est pas antinomique au fait d'être entrepreneur, au contraire : elle le voit plutôt comme un atout concernant les aspects relationnels dans l'entre-

prise, mais aussi pour la visibilité de la marque, particulièrement essentielle dans le digital : « On est sous le feu des projecteurs lors des interviews en comparaison aux hommes ».

Ainsi, selon elle, l'entrepreneuriat féminin ne peut qu'être amené à augmenter dans l'avenir en raison des « nouvelles générations qui arrivent » : « Tout est en train d'augmenter pour les femmes, comme le pourcentage de femmes ingénieurs. Donc tous ces gens-là vont arriver sur le marché du travail, créer des boîtes... C'est évident que ça va se rééquilibrer, voire s'inverser dans quelques années ».

Pour elle, le principal frein à l'entrepreneuriat des femmes serait plus psychologique, lié au déficit d'esprit de compétition : « Les femmes doivent foncer sans se poser trop de questions » et se lancer le plus tôt possible dans leur projet d'entreprise : « C'est plus compliqué quand on a une vie confortable et bien installée de faire une croix sur tout ça et tout recommencer. Alors que quand on a 25 ans comme moi quand j'ai commencé, on n'a rien à perdre ».

TÉMOIGNAGES



I ♥
my diet
coach
Maïa Baudelaire

MAÏA BAUDELAIRE, FONDATRICE DE I LOVE MY DIET COACH

« LES FEMMES SONT BIEN PLACÉES POUR CONNAITRE LES BESOINS ET Y RÉPONDRE »

Après plusieurs expériences marquantes et diversifiées dans le secteur de la nutrition, d'abord dans la recherche au sein du National Institutes of Health (NIH) aux Etats-Unis, puis dans le marketing de la santé chez Kellogg's et Unilever, Maïa Baudelaire a créé « I Love my Diet Coach » en suivant son idée d'un « coaching humain, éthique et sur-mesure délivré par des professionnels de la nutrition ».

Son déclic ? L'idée que rien n'est impossible, et qu'il faut savoir se lancer, même s'il existe toujours des risques : « C'était une idée qui me trottait dans la tête depuis longtemps mais j'avais peur que ce soit un échec. Et un beau matin, il y a eu comme une opération magique dans ma tête et je me suis dit : « mais le problème, il est où ? » Entre-temps, j'avais brainstormé sur pas mal d'idées et mon projet était déjà bien avancé, finalement ».

En revanche, l'idée de s'appuyer sur le digital pour asseoir ce projet n'était pas, au début, quelque chose de naturel pour elle. Un moyen plus qu'une fin, d'où la nécessité de s'entourer d'une personne ayant « de très bonnes compétences techniques » : « Il faut être bien renseigné, bien informé et bien accompagné pour que son projet prenne vie ».

Le secteur du digital offre, selon Maïa Baudelaire, les mêmes opportunités aux hommes qu'aux femmes, même si les aspects techniques peuvent en rebuter certains : « C'est comme chez le garagiste, les hommes parlent de manière à vous impressionner dans leur jargon, alors que vous avez la capacité intellectuelle de comprendre : il y a comme un a priori ».

Un frein à contourner en s'entourant des bonnes personnes, même si les vrais talents sont rares dans le digital, et en gardant en tête l'exemple d'autres femmes qui ont également brillamment réussi dans le secteur : Céline Lazorthes, fondatrice de "Leetchi" ou encore Fany Péchiodat, fondatrice de "My Little Paris" sont ainsi autant d'exemples de réussites qui donnent envie aux femmes de se lancer.

Dès lors, pour elle, « les femmes devraient foncer car elles ne vont pas le regretter. Il y a une multitude de projets, beaucoup de femmes pourraient développer une activité plutôt que de déprimer dans un métier qui les rend malades. Il y a énormément de femmes entrepreneures qui n'attendent qu'à se découvrir. Quand je me suis lancée, je n'avais qu'un seul regret : c'était

de ne pas m'être lancée plus tôt ». D'autant que les femmes ont des atouts spécifiques à faire valoir dans le digital, parmi lesquels une compréhension fine des besoins et des tendances : « Elles sont bien placées pour connaître les besoins et y répondre. Elles sont particulièrement bien placées dans l'entrepreneuriat de services ».

Sur cette voie pleine de possibilités pour l'entrepreneuriat des femmes, Maïa Baudelaire voit deux écueils à éviter : ne pas se laisser démonter face au sentiment qu'« il y a une petite réserve sur la capacité de femmes à entreprendre », et en pas aller dans le travers inverse qui serait de « s'enfermer dans un groupe féminin du type « Girls in Tech ».



“SELECTIONNIST”

LARA ROUYRES, CO-FONDATRICE DE SELECTIONNIST

« MON GRAND-PÈRE A MONTÉ UNE ENTREPRISE POUR LES VOITURES, ET BIEN MOI MA GÉNÉRATION C'EST LE DIGITAL »

Après un début de carrière en tant qu'avocate, Lara Rouyres a rapidement décidé de tracer son propre destin en créant sa première start-up dans le digital, « Dealissime », revendu quelques années plus tard à groupe américain. Fort de cette première expérience, elle continue sur sa lancée avec la même associée, Tatiana Jama (voir portrait ci-après) en créant « Selectionnist », un site et une application permettant aux lectrices de presse féminine de retrouver un produit vu dans la presse en un clic à partir d'une technologie de reconnaissance visuelle.

Pour elle, créer son entreprise c'est surtout « prendre son destin en main et se créer sa propre route », et le digital le choix de « vivre avec son temps » : « C'est un secteur en plein boom où il se passe beaucoup de choses, dans le sens où il y a de plus en plus d'usages : les gens sont de plus en plus connectés ».

Un secteur offrant, également, des opportunités sans pareil, même si y arriver n'est pas toujours évident : « Ce sont des marchés qui bougent, où il se passe beaucoup de choses. Mais il ne faut pas croire comme ça que c'est simple : la technologie est chère et il ne faut pas minimiser son importance ».

Au quotidien, Lara Rouyres est passionnée par son métier et son quotidien : « Je suis hyper contente de m'être lancée dans ce projet, c'est un projet qui est passionnant car il touche à différents univers à cheval entre le monde des médias, de la mode, du luxe, de la beauté, du mobile et de la data ».

Une vie de passion donc, à la fois salutaire et nécessaire au quotidien : « c'est quelque chose qui est extrêmement prenant, c'est un peu non-stop et quand bien même on n'est pas derrière un ordinateur on est dans sa tête mobilisé à 100% sur son projet : on en rêve la nuit, on y pense, on vit à travers son projet ».

En ce qui concerne la place des femmes dans ce secteur, Lara Rouyres estime que c'est « un monde qui n'est pas discriminant », et même « un écosystème qui n'applique pas de lois de genre ».

D'abord parce que le digital permet aux femmes une flexibilité utile : « travailler de chez soi, à des horaires décalés, tant qu'on a une connexion Internet c'est facile, donc c'est assez souple pour une femme ». L'unique moment où elle déclare avoir fait face à des difficultés, c'est lors de son accouchement « mais ça n'empêche pas d'envoyer des newsletters depuis la maternité tout en profitant de

son bébé ». Et aussi car le digital est un secteur fortement médiatisé où « être une femme permet un coup de projecteur, on a plus d'opportunités ».

Dès lors, selon Lara Rouyres, la part de créatrices d'entreprises ne pourra qu'augmenter à l'avenir, en lien avec les aspirations de l'époque, celles des jeunes diplômées : « Aujourd'hui, quand on sort de l'école ce qui fait rêver c'est de monter des start-up. À mon époque, c'était de travailler dans une banque d'affaires. Et je pense que le digital fait rêver autant les hommes que les femmes ».

Pour elle aussi, les derniers freins à lever sont d'ordre psychologique : il faut un sursaut et des modèles : « Ce n'est pas l'écosystème qui repousse les femmes, ce sont les femmes qui le repoussent d'elles-mêmes. Il faut que ça évolue, qu'elles se sentent capables. Et puis il faut des rôles modèles : des femmes qui racontent leur histoire, leur expérience ».



“SELECTIONNIST”

TATIANA JAMA, CO-FONDATRICE DE SELECTIONNIST

« J'ÉTAIS À UN DINER D'ENTREPRENEURS HIER, ET J'ÉTAIS LA SEULE NANA »

Études de droit à la Sorbonne, barreau de Paris... Rien ne prédisposait au départ Tatiana Jama à créer son entreprise, a fortiori dans le digital, un domaine très loin de son début de carrière juridique, « un milieu du droit fascinant mais où il est plus difficile pour une femme de faire sa place ».

Et pourtant, quelques années plus tard, elle a créé avec son associée Lara Rouyres deux entreprises : « Dealissime », un site féminin d'achat groupé de prestations de service haute de gamme à prix réduit, puis, après l'avoir revendu à un investisseur américain, « Selectionnist », un site et une application permettant aux lectrices de presse féminine de retrouver un produit vu dans la presse par une technologie de reconnaissance visuelle.

Rétrospectivement, ces expériences d'entrepreneure l'ont « transformé », au-delà même d'une expérience professionnelle très enrichissante, de la reconnaissance et de la réussite : « Je me suis complètement révélée dans l'entrepreneuriat. Je me suis découverte en me rendant compte jusqu'où je pouvais me dépasser, aller vers les autres. Une fois que j'ai été libérée de mon premier costume de juriste, je suis complètement rentré dans ce nouveau costume de créateur d'entreprise où tout était possible, où on peut avoir des ambitions de plus en plus importantes. Et plus on avance, plus on a de l'ambition ».

Un entrepreneuriat « libérateur » pour Tatiana Jama, pour qui à partir du moment où l'on ne dépend plus que de soi-même, où l'on a fait ses preuves en créant sa propre entreprise et en la faisant croître, être une femme ou un homme ne change plus grand-chose : « Tout a changé en créant notre entreprise: le regard des autres, la considération ».

Dès lors, pour elle la création d'entreprise est une formidable opportunité d'émancipation professionnelle, d'autant que « les difficultés ne sont vraiment pas insurmontables », même si les risques existent. Et si le monde professionnel continue toujours de reproduire certaines inégalités, le digital apparaît (même s'il « reste finalement très masculin »), comme un secteur à part ouvrant des possibilités nouvelles, car moins emprunt de conservatisme – « Le digital ouvre des portes à de nouvelles façons de penser » – et porté intrinsèquement vers l'innovation : «

Le digital et le numérique, de par leur fonction, facilitent la création d'entreprise. Et il y a encore peu de monopoles, la plupart des choses restent encore à inventer ».

La suite ? Elle ne veut pas forcément se pencher sur le très long terme, pour se laisser toutes les possibilités : « Il faut être opportuniste. Et je ne sais pas où je serai dans deux ans, même si c'est vrai qu'avec Sélectionnist nous avons eu envie de créer quelque chose sur le plus long terme, et pas revendre l'entreprise au bout de quelques années. On a aujourd'hui une ambition européenne et globale ».

Elle envisage aussi d'aider d'autres entrepreneures à suivre son chemin, et de « s'engager pour les femmes » car elle est « convaincue qu'avec plus de femmes au sein des entreprises on fera bouger les lignes. Il faut transformer le plafond en plancher ».



GEMMYO
PARIS

PAULINE LAIGNEAU, CO-FONDATRICE DE GEMMYO

« LES FEMMES PEUVENT ÊTRE EN RETRAIT, DISCRÈTES, PRESQUE PAR NATURE. C'EST DOMMAGE CAR ELLES ONT SOUVENT RAISON. J'AI APPRIS À ASSUMER MA FÉMINITÉ ET MON RÔLE DE DIRIGEANTE »

Après de hautes études en lettres (Normal Sup, Agrégation), Pauline Laigneau vit un échec au concours de l'ENA et le décrit comme un réel « turning point » qui lui fait réaliser son besoin de concret, son rêve d'entreprendre. C'est dans ce contexte dynamique qu'elle crée par la suite, avec son conjoint, le site de joaillerie en ligne "Gemmyo". Pour cela, elle s'inscrit à HEC afin d'apprendre « comment fonctionne une entreprise », et pour la première fois elle a l'impression « d'étudier des choses concrètes et réelles » qui confirmèrent son envie de se lancer dans la création d'une entreprise. Ses moteurs ? « Le risque, le goût de l'aventure, l'ambition et la liberté ».

Pour la jeune dirigeante, entreprendre c'est avant tout saisir les opportunités et porter les ambitions qui y sont associées avec patience et dynamisme. En observant le marché de la joaillerie française, un site de joaillerie s'impose pour elle comme une réelle opportunité, s'insérant entre les grandes maisons de joaillerie française et les bijouteries de quartier. Le digital lui fournit cette possibilité, faisant de Gemmyo une entreprise des plus innovantes.

Ses ambitions ? Développer une joaillerie à la fois artisanale, réalisant ses bijoux sur mesure et offrant une gamme de haute qualité, à la fois moderne, colorée, voire un brin décalée. Puis, à l'avenir, développer Gemmyo à l'international grâce au digital, qu'elle considère comme le secteur d'avenir dans lequel les

femmes ont le plus un rôle à jouer car « dans les pays développés c'est l'un des secteurs où il y a le plus de croissance. Là où l'on embauche et là où l'on crée de la valeur ».

Pour elle, l'entrepreneuriat est un challenge de tous les jours, un défi quotidien auquel il faut consacrer beaucoup de temps. Mais aussi, bien qu'entreprendre représente un équilibre à trouver entre des horaires de travail conséquents et une insécurité quant à l'avenir, cela représente paradoxalement un moyen de concilier au maximum vie familiale et vie professionnelle : « Oui, il y a énormément de travail, on est au four et au moulin quand on est dirigeant, on prend tous les risques. Mais malgré tout, l'entrepreneuriat permet une liberté des horaires. Cela pourra aider certaines femmes à concilier travail et vie familiale ».

Bien qu'elle explique avoir été entourée de la confiance de son mari et de son beau-frère, et facilitée dans ses démarches, elle explique qu'elle a dû apprendre à « s'imposer » dans un univers majori-

tairement masculin. Selon elle, la grande difficulté pour une femme entrepreneure réside dans le fait que les femmes se positionnent souvent elles-mêmes en porte-à-faux « par nature » ou « par habitude » : « Ce n'était pas facile de dire les choses aux gens au début, je ne savais pas trop, mais j'ai appris à le faire. Les femmes peuvent être en retrait, presque par nature. C'est dommage car elles ont souvent raison. En tout cas aussi souvent que les hommes ! Il faut apprendre à ne pas avoir peur de faire des erreurs, de s'imposer ».

Ses conseils pour entreprendre? « Créez votre entreprise le plus vite possible, car il vaut mieux vivre avec des remords que des regrets. Ayez-en le cœur net. Entreprendre, ça s'apprend, c'est comme un sport. Commencez à le pratiquer et vous allez rapidement progresser. On ne naît pas entrepreneur, on le devient ».



RANIA BELKAHIA, CO-FONDATRICE D'AFRIMARKET

« POUR LES HOMMES OU POUR LES FEMMES, CE SONT LES MÊMES DIFFICULTÉS »

Originaire de Casablanca, où elle était élève au Lycée français, Rania Belkahia vient en France poursuivre ses études d'ingénieur à Télécom ParisTech. Elle complète sa formation à HEC Entrepreneurs après sa première expérience dans un cabinet de conseil, où elle rencontre son futur associé, Jérémy. Les deux associés partagent un même sens de l'entrepreneuriat, presque inné. Une vocation donc, qui est dans son ADN depuis son plus jeune âge : « Etre entrepreneur, c'est plus une évidence et une vocation qu'un choix, alimentée par cette envie permanente de créer. Quand j'étais enfant, je disais déjà que je voulais être inventeur ».

En plus de la personnalité et du tempérament, l'entrepreneuriat c'est, pour Rania Belkahia, le fait de savoir saisir les opportunités existantes sur un marché, ou de les créer : « Entreprendre, c'est aussi savoir sai-

sir les opportunités qui s'offre à soi à un instant T... Il faut aussi que toutes les étoiles s'alignent pour résoudre l'équation « équipe, idée, marché » pour sauter le pas, ou alors il faut les forcer à s'aligner. En gardant toujours bien en tête que « le client est roi ».

En s'appuyant sur sa connaissance du marché africain, Rania Belkahia crée Afrimarket en visant ni plus ni moins à concurrencer les géants américains Western Union ou Moneys Gram sur le marché des transferts d'argent vers l'Afrique (plus de 60 milliards de dollars par an). Son innovation ? Proposer à l'expéditeur de payer un bien de consommation courante (sac de riz, bidon d'huile, médicaments, électroménager etc.) plutôt qu'envoyer directement de l'argent. Ainsi les bénéficiaires sont livrés directement des produits choisis par leurs parents en Europe chez eux sur un modèle e-commerce.

Proposant ce service via un réseau de commerçants africains affiliés, l'offre a été rapidement élargie aux clients locaux en proposant un service de e-commerce traditionnel.

Le digital représente pour elle un formidable moyen de rompre les monopoles actuels, mais aussi de proposer de nouveaux usages. En revanche, si le digital peut être pour certains le « centre névralgique » de leur activité, pour elle c'est surtout « une plateforme, un tremplin, un levier d'action ».

Pour Rania Belkahia, les difficultés liées à l'entrepreneuriat sont inhérentes à l'activité elle-même. L'entrepreneuriat est un choix délibéré, dont on accepte les difficultés en s'engageant dans la création d'entreprise : « Oui, ce n'est pas évident tous les jours. Il faut trouver des clients, des financements pour proposer ses innovations de rupture, et en même temps gérer des équipes dans six pays différents... C'est chargé, mais on l'a choisi. C'est un challenge passionnant au quotidien, ponctué par des oscillations irrégulières ».

Dès lors, quand on lui demande si être une femme entrepreneure est difficile aujourd'hui, Rania Belkahia salue les combats des générations antérieures, mais refuse toute condescendance : « Être entrepreneur c'est difficile, pour un homme ou pour une femme. Je pense en effet que c'est un luxe pour les femmes de ma génération, que l'on doit aux combats pour l'égalité au sein des générations précédentes ».

Aux aspirants à l'entrepreneuriat, elle leur partage un proverbe : « Jetez les à l'eau, ils apprendront à nager. Mais il faut y aller au plus vite ! ». Pour elle, l'essentiel réside dans l'ambition, le goût du challenge et le « large champ des possibles » permis par le digital et l'évolution des usages : « Il y a tellement d'innovations, de ruptures possibles. Entreprendre, c'est une aventure humaine passionnante et assez simple à résumer : il faut répondre à un besoin du marché, et toujours être à l'écoute de ses clients pour faire évoluer son offre ».

