



EGEE, Entente des Générations
pour l'Emploi et l'Entreprise

Femmes Entrepreneures

Guide de l'entrepreneuriat féminin



Sommaire

I - Les femmes dans l'économie mondiale (exemples : Amérique du Nord, Europe)	page 4
II - La création d'entreprises en France et dans les régions	page 7
III - Les profils des créatrices et des entreprises créées par les femmes	page 9
IV - Les obstacles potentiels et les points forts	page 12
V - « Entreprendre, ça s'apprend »	page 13
VI - Les mesures en faveur des créatrices	page 18
VII - Les réseaux	page 20
Sources documentaires	page 23

Femmes Entrepreneures

Guide de l'entrepreneuriat féminin

I – Les femmes dans l'économie mondiale

Dans les années 70, les planificateurs des organisations internationales font le constat suivant. Les femmes qui représentent 52 % de la population mondiale, assurent 53 % de la production, sont gestionnaires des ressources rares : eau, éducation, santé et pourtant elles ne possèdent que 30 % des richesses. L'Organisation mondiale du travail se donne alors pour objectif l'intégration des femmes dans le processus de développement des pays pauvres, notamment par la création d'entreprises où les femmes excellent, en Afrique, Asie, Amérique Latine... De nombreux programmes sont imaginés pour repérer les freins, former, légiférer, mettre en place des crédits (micro finance), passer des accords avec les banques. Cf. les travaux du WEDGE sur : www.ilo.org.

Le GEM, Global Entrepreneurship Monitor, a repéré une corrélation entre le niveau d'activité entrepreneuriale, en particulier celui des femmes, et le taux de croissance des pays. Les taux de création des femmes sont globalement moins élevés dans les pays à fort niveau de vie.

www.gemconsortium.org

Aujourd'hui, la main-d'œuvre féminine est considérée comme une ressource potentielle importante pour le développement économique et social, mais encore insuffisamment prise en compte (OCDE).

Dans les pays industrialisés, l'entrepreneuriat féminin tend à se développer, cependant les taux de création restent très inférieurs aux taux de l'activité salariée. Des pays se sont alors mobilisés pour analyser les obstacles et encourager, à des niveaux variables, la création des entreprises féminines.

C'est le cas aux États-Unis dès les années 75, au Canada, en Italie, de façon ponctuelle en France, plus récemment en Grande-Bretagne, et aussi en Allemagne, Grèce, Espagne, Portugal, etc.

Toutes les études, nationales, locales, européennes, constatent que créateurs et créatrices ne sont pas égaux devant la création. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin recensés sont sensiblement les mêmes partout. Principalement : difficulté d'accès aux crédits et aux marchés - voire discrimination, manque d'expérience professionnelle, manque de visibilité et de reconnaissance des femmes, difficultés éventuelles liées à l'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle.

Nous développerons brièvement, avant d'aborder de façon plus approfondie le cas français, quelques exemples du soutien apporté aux créatrices dans divers pays.

EXEMPLES EN AMÉRIQUE DU NORD

États-Unis. En avance sur l'Europe, Eleonora Roosevelt affirme dans la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948, « ...chacun peut bénéficier de tous les droits et libertés sans aucune distinction de race, de couleur, de sexe, ou de langue... ».

1950, l'Office international du travail proclame « ...à travail égal, salaire égal... ». L'égalité salariale sera inscrite dans la loi française en 1983 (loi Roudy).

1974, le gouvernement américain promulgue l'Equal credit opportunity act, qui interdit aux banques la discrimination dans l'attribution des prêts aux femmes ou aux hommes.

1975, l'ONU décrète l'Année internationale de la femme. Dans la foulée, des entrepreneures créent l'Association of women business owners. Une étude recense les barrières spécifiques rencontrées par les créatrices.

1979, le Président Carter met en place un programme national en faveur de l'entrepreneuriat féminin. De nombreuses mesures sous forme d'« Actions positives » sont prises jusqu'à la mise en place en 1988 du vaste réseau des W'sBC, Women's business centers auquel toute créatrice peut se référer.

Le résultat de 30 ans d'effort est remarquable. Le taux de création des entreprises féminines passe de 25 % à 52 % en 2002. Leur croissance est supérieure à la moyenne avec une tendance à l'emploi des femmes, une forte proportion de minorités raciales, le développement de réseaux féminins et la diffusion d'autres modèles de management. Les femmes investissent des secteurs moins traditionnels. Cependant des difficultés persistent quant au financement, à l'accès au marché et à un manque de reconnaissance.

Canada. La Banque du développement du Canada et la Banque royale du Canada se sont mobilisées avec des financements spécifiques pour les créatrices. Des formations ciblées, un périodique dédié, et l'Université qui est mise à contribution, complètent le dispositif.

EN EUROPE

En 2000, la DGE, Direction Générale Entreprise, recense en Europe 56 organismes soutenant l'entrepreneuriat féminins. En 2002 elle diffuse les « Bonnes pratiques dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin », d'après une étude réalisée par un institut de recherche autrichien sur les petites entreprises dirigées par les femmes. Elle finance des programmes en faveur de l'entrepreneuriat féminin en France, en Espagne, en Grèce,...

Grande-Bretagne. Depuis 2000, elle a fait beaucoup pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin et rattraper son retard avec la création d'une unité pour les femmes au sein du Small Business Service. En 2002, création de Prowess, une organisation ayant pour but l'information, la formation, la création de réseaux féminins. Des études sont initiées sur la situation régionale des entrepreneures et sur l'accès des femmes au crédit (qui révèle qu'elles paient leurs emprunts 1 % de plus que leurs homologues masculins).

En 2004, le SBS publie un cadre stratégique pour les femmes et formule des recommandations. Bien qu'il soit trop tôt pour conclure, on constate une augmentation du taux des « travailleuses indépendantes », jusqu'à 27 % en 2005 (GEM).

Italie. En 1997, un Observatoire des entreprises féminines est créé et une Loi promulguant des « Actions positives » est édictée en 1992. Les initiatives des Comités locaux et régionaux sont nombreuses avec un développement remarquable de réseaux féminins efficaces notamment dans l'artisanat.

II – La création d'entreprises par les femmes en France

Rappelons que jusqu'en 1943 les françaises devaient demander l'autorisation à leur époux pour ouvrir un compte en banque, et jusqu'en 1965 pour travailler. Cf.

[http://www.travail-solidarite.gouv.fr/espaces/femmes-egalite/rubrique Repères](http://www.travail-solidarite.gouv.fr/espaces/femmes-egalite/rubrique%20Rep%C3%A8res)

Les femmes ont joué un rôle économique important à l'époque de l'industrialisation au XIX^e siècle, et au cours des guerres mondiales où elles ont remplacé les hommes partis au front, y compris dans l'industrie lourde. Après le baby-boom des années 50, on assiste en France à la fin des années 60 à l'explosion du travail féminin.

Dans la situation économique actuelle, les femmes jouissent d'une situation moins favorable que celle des hommes. Elles constituent 80 % de la masse des smicards, 85 % du temps partiel et 13,8 % d'entre elles sont au chômage contre 10,2 % des hommes. L'écart des salaires entre hommes et femmes non seulement persiste, mais dans les jeunes générations en début de carrière à emploi comparable il s'est accru, et il se creuse après quelques années. *Insee Première, N° 801*

C'est dans ce contexte que les Françaises, qui représentent 47 % de la population active, ne sont que 30 % des nouveaux entrepreneurs, un chiffre qui évolue à peine depuis une trentaine d'années. Pourtant elles ont tout autant envie de créer que les hommes.

Le niveau de l'entrepreneuriat féminin (à ne pas confondre avec le taux de créatrices) est l'un des plus faibles du monde, la France se situant au 88^e rang. *Les Echos, juillet 2007*

En 2006, les femmes ont créé 29 % des entreprises, soit 82 900 entreprises sur 286 000. En région, les taux en 2000 ont varié de 25 % à 38 %.

Insee Résultat n° 34

On propose une estimation du nombre de créatrices dans les régions en 2007, en supposant une relative stabilité des taux de création des femmes, rapportés à la masse.

Estimation du nombre de créatrices en région en 2007

Alsace	2 270	Languedoc-Roussillon	5 660
Aquitaine	4 920	Limousin	800
Auvergne	1 460	Lorraine	2 230
Basse-Normandie	1 990	Midi-Pyrénées	5 900
Bourgogne	1 460	Nord-Pas-de-Calais	3 700
Bretagne	3 680	PACA	11 870
Centre	3 260	Pays de Loire	4 390
Champagne-Ardenne	1 360	Picardie	1 460
Franche-Comté	1 240	Poitou-Charente	2 290
Haute-Normandie	1 880	Rhône-Alpes	8 860
Ile-de-France	20 180	France 2007 hors Corse & Outre-mer, estimation	91 000

III – Les profils des créatrices et de leurs entreprises

Les études de l'Insee et les analyses de Apce permettent de repérer les caractéristiques de ces entreprises et de leurs dirigeantes par rapport aux entreprises masculines, ainsi que les évolutions. Les différences sont parfois faibles et semblent s'atténuer. On note néanmoins des tendances qui se renforcent pour constituer des profils spécifiques.

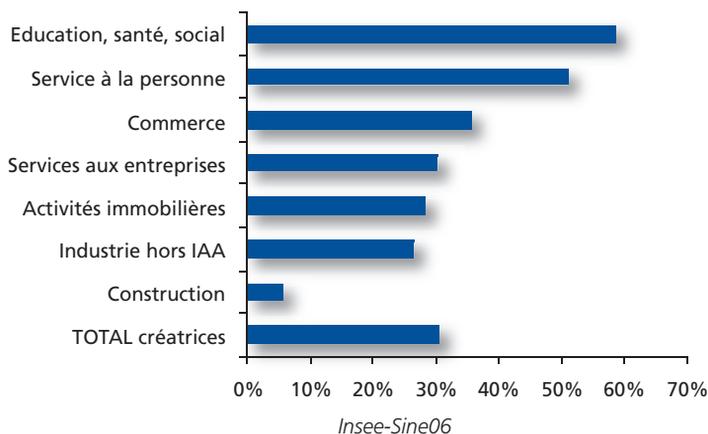
Les profils des entreprises féminines

Les femmes créent plus que les hommes par reprise. 43,1 % des reprises ont été effectuées par les femmes (*Insee-Sine06*).

Les femmes privilégient certains secteurs du tertiaire : Service à la personne, Éducation, Santé, Action sociale, Commerce de détail, Hôtels-restaurants.

Elles sont peu présentes dans la construction, 4,3 % contre 28,7 % pour les hommes.

% des créatrices par secteurs d'activité



Leurs entreprises au démarrage sont un peu plus petites que celles des créateurs avec moins d'investissement, moins de salarié - ce qui doit être mis en parallèle avec des secteurs d'activité - et l'écart se creuse au bout de 3 ans.

Elles sont moins souvent en société, plus souvent en association au conjoint.

Le taux de pérennité à 3 ans est un peu plus faible, 67,7 % contre 70,4 %, du moins sur la moyenne de l'échantillon Sine02, car les femmes réussissent mieux dans certains secteurs tels que le Service aux particuliers, ou la Restauration-Hôtellerie.

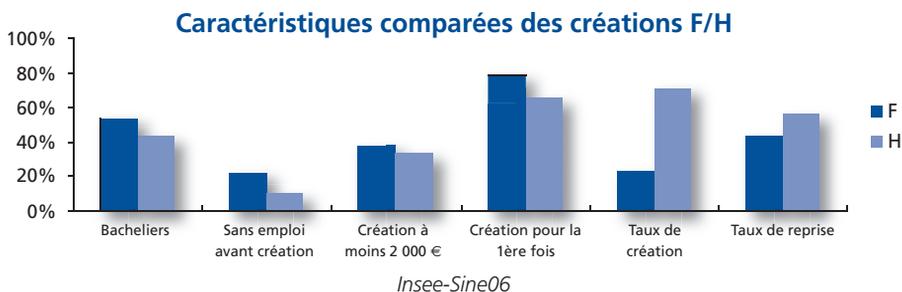
Les profils des dirigeantes des nouvelles entreprises

Alors qu'elles étaient en moyenne sensiblement plus âgées que les créateurs, l'écart s'est réduit et depuis 2006 elles sont même un peu plus jeunes avec en toute logique davantage de créations avant 30 ans et après 40 ans. Bien souvent, l'attente d'un enfant est l'occasion de préparer une création d'entreprise.

Plus diplômées (53,6 % bachelières pour 43,5 % bacheliers), les créatrices sont cependant moins qualifiées, pour plusieurs raisons. Dans leur vie antérieure elles ont été plus souvent « Employées » et moins souvent « Cadre ». Plus souvent au chômage. Plus souvent « inactives » c'est-à-dire sans activité professionnelle, en général femme au foyer, et l'écart avec les créateurs est considérable, 22,3 % contre 10,3 %.

La création est plus souvent leur première expérience. Elles créent plus souvent seules que les hommes.

Ce tableau résume les différences les plus significatives entre H et F.



Quelles sont les motivations des créatrices ?

Les mêmes que celles des créateurs, avec quelques nuances cependant. En première analyse :

« *La volonté d'indépendance et d'autonomie* » comme pour les hommes, est élevée (environ 60 %). De surcroît, les créatrices sont moins souvent issues d'un milieu entrepreneurial que les créateurs. Conséquence, elles reçoivent moins de conseils de leur environnement familial.

« *Assurer son propre emploi* » est le premier objectif des créatrices. Cette motivation a fortement augmenté ces dernières années pour tous les créateurs, en 2006 elle est de 70 % pour les femmes contre 60 % pour les hommes, avec un écart supérieur de 13,8 points en création pure.

« *Développer son entreprise* », cet item renseigné dans les statistiques montre que les créatrices sont moins nombreuses que les créateurs à le vouloir, avec 3 points d'écart en terme d'investissement et encore moins en terme d'emploi, 6 points d'écart.

IV – Les obstacles potentiels

La tendance dominante en France est de considérer qu'il n'y a pas de différence entre les obstacles rencontrés par un créateur et une créatrice, au nom du principe de l'égalité. En effet, ce sont les mêmes, auxquels s'ajoutent ceux que les femmes rencontrent de surcroît.

Freins les plus fréquemment cités par les observateurs ou les intéressées elles-mêmes :

- La difficulté d'accès au crédit, aux marchés, et la relation avec le banquier
- Les difficultés éventuelles liées à l'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle
- L'insuffisance de qualification professionnelle
- Le manque de crédibilité que renvoient les milieux professionnels masculins.

« Depuis 1998, des travaux ont révélé que l'obstacle principal rencontré par les femmes dans leur démarche entrepreneuriale réside dans le fait qu'elles ne sont pas reconnues en tant qu'entrepreneures. Ce déficit de reconnaissance a des causes liées à l'histoire et à la culture de notre pays. » *Apce*

V – « Entreprendre ça s'apprend »

Les organismes spécialisés dans l'accueil et l'accompagnement des femmes relèvent certaines attitudes que le conseiller devra repérer pour y répondre. Il ne s'agit nullement de tomber dans le piège des stéréotypes, mais au contraire de les combattre, de faire évoluer les traits culturels susceptibles d'entraver le déroulement de l'action des femmes. Les freins trouvent souvent naturellement leur contrepoids.

Très vite il faudra identifier les problèmes de toute nature et débusquer les cas difficiles.

Concilier vie professionnelle et vie personnelle

En raison d'un déséquilibre important dans le partage des tâches domestiques encore très défavorables aux femmes, la vie des créatrices familiales des créatrices peut représenter une contrainte importante.

Il l'est donc nécessaire de s'interroger sur la nature de l'environnement familial et l'organisation à mettre en place.

Analyser les motivations réelles

Analyser les motivations profondes de la candidate, l'amener dans un climat de confiance à se dévoiler, ce qui est parfois long, afin d'aboutir à un véritable projet de vie.

On peut distinguer schématiquement la création par nécessité économique, faire vivre sa famille, et la création obéissant à un challenge personnel, se faire plaisir dans un environnement social aisé. Entre ces deux extrêmes, toute la gamme des possibles.

La création par nécessité

Ce public est sans doute moins bien armé pour faire face à une création d'entreprise. On se rappelle que les créatrices sont plus souvent au chômage ; elles vivent moins souvent en couple et celles qui élèvent seules leurs enfants (de 10 à 13 % et jusqu'à 30 % selon certaines études) connaissent éventuellement des situations complexes.

Les conditions de vie précaires, les créations tardives, ou après un divorce, demandent une attention accrue de l'accompagnateur.

Les micro initiatives, nombreuses chez les femmes et peu considérées par les pouvoirs publics, méritent davantage encore de conseils car elles sont fragiles. Ces candidates devront bénéficier d'une approche à dominante sociale.

« Tout projet, même petit, est une entreprise en devenir. »

Le défi social et personnel

La création peut représenter, un challenge personnel et social. Il s'agit alors de maîtriser son avenir, de valoriser un acquis professionnel antérieur... L'expérience de la dernière chance peut-être. A cela s'ajoute parfois le manque d'intérêt pour un travail salarié sous-qualifié, des horaires contraignants ou la déception au seuil du fameux plafond de verre. C'est donc un défi que la créatrice se lance à elle-même. La possibilité de gérer son temps de vie et d'organiser sa vie familiale constitue une motivation supplémentaire.

Compétences et savoir-faire

Compétences techniques, mais aussi bonne santé, énergie, ténacité, endurance et bonne capacité de travail sont essentiels.

La création suscite beaucoup d'inquiétudes et d'hésitations chez une candidate, son parcours doit l'amener à se faire confiance. Ce manque d'assurance est parfois contrebalancé par une volonté de tout maîtriser et d'acquérir toutes les compétences avant de se lancer.

Quelles sont ses compétences ? Quel a été le parcours de la candidate, avec ou sans expérience professionnelle ? La reprise d'une activité après une longue absence pour raison familiale demande à être traitée comme une réinsertion dans l'économie marchande, ce qui nécessite une mise à niveau des compétences techniques, comptables, commerciales, tenant compte des évolutions.

Les candidates bien souvent manquent de culture d'entreprise. Elles méconnaissent le monde professionnel traditionnellement masculin, ou s'y sentent moins à l'aise. Il appartient au conseiller de vérifier l'adéquation de la porteuse de projet au milieu des affaires, l'inviter à rencontrer les organismes qui peuvent lui être utile, éventuellement à rejoindre des réseaux.

Financement

Quels sont les moyens financiers de la candidate ? Ne pas hésiter à poser la question abrupte pour replacer la candidate dans le concret : **Combien voulez-vous gagner et à quelle échéance ?** Ce qui permettra aussi de renseigner le budget.

Les femmes n'osent pas toujours emprunter et lorsqu'elles le font, elles s'empressent parfois de rembourser au détriment éventuellement du développement de l'entreprise.

Le cas échéant, elles ne savent pas toujours aborder le banquier. La prise de contact demande une sérieuse préparation. Le conseiller a toute latitude pour l'aider à présenter son projet qu'elle doit connaître sur le bout des doigts et à se présenter devant le banquier, seule ou éventuellement

avec son conseiller qui n'aura aucun autre rôle que celui d'être une présence silencieuse.

La candidate apprendra à se présenter en partenaire du banquier et non en tributaire.

Selon une étude du Cnidff, le taux de refus des dossiers par les banques était de 30 % supérieur pour les femmes. *La Tribune du 16.02.01*

Budget et prévisionnel

Sur le plan technique, les difficultés que les créateurs et les créatrices auront à surmonter sont de même nature. Établir un prix de revient, faire un budget, un prévisionnel, calculer le BFR régulièrement sous-estimé.

Insistons cependant sur le point particulier des études de marché. La prospection, le marketing, la publicité sont primordiaux et parfois insuffisamment traités dans les dossiers. Or il sera bien nécessaire de se faire connaître et faire mentir l'adage selon lequel les femmes ne savent pas se vendre.

Le prévisionnel, les études financières, commerciales, marketing... nécessaires à la création sont finement analysés sur le site très complet de l'Agence pour la création des entreprises :
www.apce.com / Créateurs / Toutes les étapes.

Pour conclure

Lors d'un primo accueil, le conseiller se trouve souvent confronté à un foisonnement d'idées ou de projets insuffisamment définis. C'est là, au stade de l'idée, qu'une synergie avec la candidate est indispensable pour la mettre en confiance et qu'elle se rende compte des difficultés, des incompatibilités, mais aussi de ses atouts.

Qu'est-ce qui distingue telle idée de ce que l'on trouve sur le marché ? A-t-elle les compétences ? En a-t-elle les moyens ? Alors elle pourra hiérarchiser les idées, éliminer, faire des choix.

Et si la création s'avère trop hasardeuse, savoir l'orienter, vers une formation complémentaire, laquelle ? Vers le retour au salariat, comment ? En tout état de cause éviter de décourager ou de renvoyer la candidate en lui proposant de revenir quand elle aura mûri son projet car elle a un intense besoin d'échange, et de se sentir en confiance. Peut-on lui proposer un second rendez-vous assorti d'objectifs précis, de rejoindre un réseau, ou une association de femmes créatrices ?

Enfin ce dernier point. La créatrice a tendance à s'investir à fond, à s'identifier à sa création, ce qui peut être dangereux en cas d'échec. Elle devra apprendre à se protéger, à distinguer la personne physique qu'elle est, de la personne morale qu'est son entreprise, c'est-à-dire à se distancier par rapport à sa création.

Ajoutons que le conseiller Egee dispose d'un atout, celui de représenter et connaître ce milieu professionnel dans lequel la créatrice aspire à rentrer.

VI – Les mesures en faveur des créatrices

Il y a en France une certaine réticence des pouvoirs publics à la mise en place d'« Actions positives » en faveur des femmes. Pourtant la mesure spécifique du Fgif présentée ci-dessous, unique en Europe, a été prise dès 1989, et la parité en politique, même si elle n'est pas toujours respectée, est petit à petit rentrée dans les mœurs.

La plupart des aides et des prêts sont communs à tous les créateurs, le PCE et NACRE, Eden, prêt de l'Adie, des Cigales, etc., sans oublier les nombreuses aides régionales et départementales.

LE FGIF, Fonds de garantie à l'initiative des femmes

Cette mesure gouvernementale ne cesse de s'améliorer pour faire face à la concurrence d'autres fonds que les banques connaissent mieux, tels que la garantie Oseo ou Sofaris. La décentralisation est la dernière avancée.

C'est une garantie de l'Etat qui permet à toute femme majoritaire (51 %) d'emprunter quels que soient son statut et la nature de l'activité. Les critères sont les suivants :

Durée du prêt : 2 à 7 ans.

Montant du prêt garanti : 5 000 € minimum.

Taux de couverture du prêt par le FGIF : La quotité garantie maximale est de 70 %. Le montant garanti est limité à 27 000 €.

Coût pour l'entreprise : 2,5 % du montant garanti.

Attention, les **cautions personnelles** sur les prêts garantis par le FGIF sont exclues.

Cette garantie peut être utilisée à toutes les étapes de l'entreprise, au démarrage ou en développement, durant les cinq premières années de la création.

Avec elle, la créatrice peut arriver sereine devant le banquier d'autant que le dossier constitué à cette occasion est de nature à le rassurer sur la qualité du projet.

En 2008, 743 garanties ont été mises en place. Le dossier est distribué entre autres par les DRDF. Il est disponible sur le site de France Active, www.franceactive.org

<http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F1814.xhtml>

VII – Les réseaux

Réseau EGEE

L'Association EGEE, créée en 1975, est un réseau national organisé en délégations régionales et départementales, www.egee.asso.fr

Egee a noué des partenariats avec certains réseaux d'aide aux femmes entrepreneurs. Il appartient aux conseillers Egee de maintenir ces relations au niveau national et régional.

Réseau du Service des droits des femmes et de l'égalité (SDFE)

www.femmes-egalite.gouv.fr

Adresses Déléguées régionales et des chargés(ées) de missions départementaux(ales) aux droits des femmes et à l'égalité :

<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/espaces/femmes-egalite/carte-france.html>

EGEE bénéficie depuis 1989 d'une **convention nationale** avec le SDFE. Des **conventions régionales ou départementales** sont signées entre les Déléguées régionales aux droits des femmes et les Délégués régionaux Egee (Alsace, Bretagne, Basse-Normandie, Bourgogne, Languedoc-Roussillon, Paca, Pays de Loire, Picardie, Poitou-Charente...). Ces conventions sont parfois subventionnées par le Fonds social européen (FSE).

Réseau du Centre national d'information et de documentation des femmes et des familles (CNIDFF)

www.infofemmes.com

Adresses des Cidf, Centre d'information des femmes sur :
<http://www.infofemmes.com/Basadresses.html>

Un partenariat CNIDF-EGEE a été signé en 2004

France initiative réseau (FI) regroupe les plates-formes

www.fir.asso.fr/ ou www.france-initiative.fr

Prêts d'honneur à taux 0 % pour un public mixte.

Accès direct aux coordonnées des 242 plates-formes d'initiative sur :
http://www.france-initiative.fr/var/france_initiative/storage/original/application/pfi-077-03_liste_plateformes_france_initiative.pdf

Un partenariat FI signé en 2002 permet ponctuellement une collaboration.

Réseau France active garantie (FAG)

www.franceactive.org

FAG est un réseau national de financeurs solidaires comprenant 39 fonds territoriaux. Adresses sur :

http://www.franceactive.org/default.asp?id=35&geo_reg=7

Le dossier de garantie FGIF est téléchargeable sur le site.

Les conseillers EGEE connaissent depuis 1989 cette garantie qu'ils conseillent aux femmes ayant besoin d'un crédit. Ils aident à la rédaction du dossier. Ils siègent également dans les Comités d'engagements de France active.

Associations et réseaux privés

A côté des réseaux officiels, de nombreuses initiatives privées se créent, qui néanmoins manquent de moyens pour mener auprès des créatrices des actions bénévoles dans la durée. Nous en citons quelques-unes :

Racines, propose un outil financier, le Clefe, Club local d'épargne pour les femmes qui entreprennent. Il existe environ 25 clubs qui accordent des prêts à des entreprises gérées et créées par des femmes, avec un suivi de gestion d'une durée minimale de 2 ans.

www.racines-clefe.com

Pionnières, accompagnent et hébergent des entreprises dans les services innovants. www.parispionnieres.org

Dirigeantes, Réseau de contact, organisation de débats, formation, accompagnement des porteuses de projets. www.dirigeantes.com

Femmes chefs d'entreprises mondiales, association créée en 1945 par Yvonne Foinant. Elle est aujourd'hui présente dans 52 pays et dans une dizaine de villes en France. Force de proposition, création de liens amicaux et professionnels, conseil aux créatrices d'entreprises.

www.fcem.org

Femmes du bâtiment de la FNB. www.femmes.ffbatiment.fr.

Arborus, www.arborus.org

Association implantée dans 4 régions. Études, formation, accompagnement des femmes.

Action'elles, www.actionelles.fr

Association présente dans 5 régions, soutien à la création et au développement, formation.

Et bien d'autres telle **Force Femme**, www.forcefemme.com, soutien aux femmes + 45 ans.

D'autres organismes tels que des Anpe, des Maisons de l'emploi, certaines chambres consulaires, parfois des organisations professionnelles... mettent en place des projets orientés femmes pour des actions d'accueil. Les actions de suivi sont beaucoup plus rares.

Sources documentaires

Site internet du ministère,

<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/espaces/femmes-egalite>,

« Apprendre avec l'Insee Première, Les créatrices d'entreprises qui sont-elles ? » Consulter :

<http://www.statapprendre.education.fr/insee/entreprises/quand/quandcreatrice.htm>

Insee Résultat N° 34, février 2008. L'échantillon Sine 2006 comprend les entreprises créées au 1^{er} semestre 2006 et encore en activité en septembre 2006.

On peut imprimer « Insee Première », notamment :

N° 887, mars 2003 - 30 % de femmes parmi les créateurs d'entreprises

N° 1064, janvier 2006 - Nouvelles entreprises, cinq ans après : l'expérience du créateur prime sur le diplôme

N° 1120, janvier 2007 - Les créations d'entreprises poursuivent leur hausse en 2006

N° 1167, décembre 2007 - Créer son entreprise : assurer d'abord son propre emploi

N° 1172, janvier 2008 - Un rythme des créations d'entreprises très élevé en 2007

Apce, les femmes et la création d'entreprise, Coll. Focus 2001.

Information pour les créateurs, repreneurs, professionnels et enseignants, www.apce.com

Fiducial, le Livre blanc de M. Bethout, L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin, 2006, www.fiducial.fr, voir aussi <http://egalitere.free.fr>

Selon cet ouvrage, réactualisé tous les deux ans, les femmes doivent assumer un double handicap, celui d'être une femme dans un monde entrepreneurial masculin, et celui d'être la dirigeante d'une TPE, (très petite entreprise), privée de visibilité.

Irfed, formation et accompagnement des femmes ayant un projet de création et des publics en difficulté d'insertion, www.irfed-europe.org

OIT, Organisation internationale du travail, cf. les études de WEDGE, Women's entrepreneurship development and gender equality, www.ilo.org

Une recherche élémentaire sur un moteur de recherche standard, avec les mots « entrepreneuriat féminin », ou « créatrices d'entreprise » fournit un nombre considérable de réponses.



EGEE

La passion de transmettre

EGEE, Entente des Générations
pour l'Emploi et l'Entreprise