

L'entrepreneuriat des femmes et le développement économique, social et culturel des territoires dans le cadre du projet européen « Business and Network of Enterprising Women » (B.NEW)

RAPPORT FINAL

Novembre 2014

Isabelle VAN DE WALLE, CRÉDOC (sous la direction de)

Patrick DUCHEN, CRÉDOC / Charline SELIMI, CRÉDOC

Eva KAŠPEROVÁ, Kingston University/ Robert BLACKBURN, Kingston University



SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
1. La demande d'étude.....	4
2. Méthodologie.....	4
a) L'analyse de la contribution des entreprises au développement des territoires	5
b) L'élaboration des recommandations opérationnelles	8
CHAPITRE I. LES FEMMES, LEURS ENTREPRISES ET LES STRUCTURES D'APPUI	10
1. Les femmes.....	10
a) Des Françaises plus jeunes et plus diplômées	10
b) Des Anglaises plus souvent salariées ou associées dans une autre entreprise.....	11
2. Les entreprises	13
a) Des entreprises plutôt de petite taille.....	13
b) Le secteur d'activité.....	15
3. Les structures d'appui	17
a) Type de structure, périmètre d'intervention et public accueilli	17
b) Les services proposés	18
CHAPITRE II. LE TERRITOIRE.....	20
1. Les atouts du territoire pour l'entreprise	20
a) Le choix de la localisation.....	20
b) Potentiel touristique et image de marque.....	20
2. Eléments de méthode pour l'identification des dimensions du « bien-être territorial ».....	21
3. Les dimensions du bien-être territorial.....	23
CHAPITRE III. L'IMPACT DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ SUR L'ATTRACTIVITE ET LE DEVELOPPEMENT DES TERRITOIRES	31
1. Des emplois, des clients et des fournisseurs	31
a) Des emplois locaux.....	31
b) Une clientèle locale	32
c) Des fournisseurs et sous-traitants locaux	33
4. Eléments de méthode pour l'identification des impacts de l'entrepreneuriat féminin	34
5. Les retombées de l'entrepreneuriat féminin sur le territoire local et leurs indicateurs	35
CHAPITRE IV. CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE	46
1. Les difficultés à la création	46
2. Les difficultés actuelles	49
3. Aides à l'entrepreneuriat et développement de l'entreprise	51
CHAPITRE V. AGIR POUR DEMAIN.....	56
1. Les demandes individuelles de soutien.....	56

2. Lutter contre les préjugés sexistes.....	58
3. Mieux accompagner les femmes entrepreneurs.....	59
CHAPITRE Vi. ARGUMENTAIRE ET RECOMMANDATIONS.....	64
1. L'entrepreneuriat féminin : un atout pour nos territoires.....	64
a) Une source d'emplois.....	64
b) Le renforcement de l'offre de proximité, de l'attractivité du territoire et de sa cohésion sociale.....	65
2. Soutenir l'entrepreneuriat féminin dans nos territoires.....	66
a) Agir sur les préjugés et les représentations.....	66
b) Améliorer l'accompagnement des créatrices.....	67
BIBLIOGRAPHIE.....	69
annexe 1.....	70
annexe 2.....	80

INTRODUCTION

1. La demande d'étude

Dans le cadre du quatrième axe de travail du projet « Business and Network of Enterprising Women » (B.NEW), le Conseil Général des Côtes d'Armor a confié en 2013 au CRÉDOC, associé au Small Business Research Centre de Kingston University, la réalisation d'une étude sur l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur le développement économique, social et culturel des territoires.

L'objectif de cette étude est :

- d'identifier la contribution des entreprises portées par les femmes à l'attractivité et au développement des territoires ;
- de rédiger un livret de sensibilisation des collectivités territoriales et des structures d'accompagnement précisant l'apport de l'entrepreneuriat des femmes pour les territoires et les mesures pouvant être prises pour l'encourager.

Il s'agit, d'une part, d'engager une démarche participative associant les femmes, les structures accompagnantes et les collectivités territoriales, et s'appuyant sur leur expertise de terrain ; d'autre part, de réaliser un diagnostic partagé, débouchant sur des recommandations opérationnelles adaptées aux territoires.

Deux « produits » sont attendus de l'étude :

- un outil alternatif, co-construit avec les acteurs territoriaux, qui rende compte des différentes dimensions de l'apport de l'entrepreneuriat féminin aux dynamiques territoriales ;
- un support de communication qui présente à la fois un argumentaire soulignant les impacts de l'entrepreneuriat féminin sur la dynamique des territoires, et des recommandations opérationnelles d'amélioration concrète des politiques d'accompagnement.

2. Méthodologie

Sur la base d'une démarche participative, l'approche méthodologique vise à :

- établir un diagnostic partagé, croisant les regards des différents acteurs, femmes entrepreneures, structures accompagnatrices et collectivités territoriales, permettant

la compréhension des impacts territoriaux de l'entrepreneuriat féminin et l'identification des obstacles à la création et au développement d'entreprises par les femmes ;

- construire, sur la base d'une analyse genrée des politiques territoriales d'aide à l'entrepreneuriat, des préconisations opérationnelles adaptées aux réalités des territoires et réappropriées par les acteurs, en mesure de favoriser l'entrepreneuriat féminin.

L'étude se déroule en deux phases de travail :

- Phase 1. Analyse de la contribution des entreprises au développement des territoires (octobre 2013 à mai 2014) ;
- Phase 2. Élaboration des recommandations opérationnelles (mai à octobre 2014).

a) L'analyse de la contribution des entreprises au développement des territoires

La première phase de travail a mobilisé deux outils méthodologiques : une enquête en ligne et une première série d'ateliers de travail.

L'enquête en ligne a été organisée durant les mois de janvier et février 2014 dans les quatre territoires partenaires du projet B-NEW (Finistère, Côtes d'Armor, Hampshire, Cornwall) auprès, d'une part, des femmes entrepreneures, d'autre part, des collectivités territoriales et des structures d'accompagnement. Deux questionnaires ont été élaborés : le premier, adressé aux femmes entrepreneures ; le second, aux collectivités territoriales et aux structures d'accompagnement. Ces questionnaires sont très proches : dans les deux cas, les questions soumises aux acteurs locaux visent à recueillir, à partir de leur connaissance du terrain, leur point de vue sur :

- les éléments intervenant dans le « bien-être territorial » ;
- les différents apports de l'entrepreneuriat féminin sur l'attractivité et le développement des territoires ;
- les difficultés rencontrées par les femmes dans la création et le développement de leur entreprise.

L'enquête en ligne s'est appuyée sur la mobilisation des réseaux locaux (associations, structures d'accompagnement, chambres consulaires, etc.) par les partenaires B-NEW. Elle a permis de recueillir 230 réponses de femmes entrepreneures et 24 réponses de structures d'accompagnement et collectivités territoriales. Les questionnaires ont été envoyés par les

partenaires B-NEW à leurs partenaires locaux : il est impossible de savoir combien de femmes ont été contactées et de calculer un taux de réponse.

Tableau 1. Nombre de réponses à l'enquête en ligne

Femmes entrepreneures	Structures d'accompagnement et collectivités locales
230 réponses : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 86 France (Côtes d'Armor = 17 – Finistère = 69) ▪ 144 Royaume-Uni (Hampshire = 53 – Cornwall = 91) 	24 réponses : <ul style="list-style-type: none"> ▪ 15 France ▪ 9 Royaume-Uni

CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Compte tenu du nombre de réponses reçues, il semble difficile de prétendre à la représentativité : les réponses sont sans doute représentatives des femmes proches du réseau B-NEW, mais moins de l'ensemble des femmes entrepreneures des quatre territoires partenaires : Côtes d'Armor, Finistère, Hampshire et Cornouaille. Pour la France, les femmes entrepreneures qui ont répondu à l'enquête apparaissent plus diplômées que la moyenne nationale : seules un quart d'entre elles ont un niveau d'études inférieur ou tout au plus égal au baccalauréat contre la moitié des créatrices en 2009 (Source INSEE – Enquêtes SINE 2009). De même, au niveau des secteurs d'activité de l'entreprise, le secteur « commerce et réparation » rassemble 25% des entreprises créées par des femmes (Source INSEE – Enquêtes SINE 2009) pour seulement 13% parmi les femmes bretonnes ayant répondu à l'enquête. Retenons toutefois que la nature du secteur d'activité doit être analysée avec précaution : les informations collectées au cours de notre enquête sont succinctes sur ce point et ne permettent pas toujours d'identifier le secteur d'activités avec certitude.

Suite à l'enquête en ligne, **la première série d'ateliers de travail** a été conduite **dans les quatre territoires partenaires** sur une demi-journée entre le 20 février et le 21 mars 2014. Les ateliers ont réuni entre 12 et 14 participants : femmes entrepreneures, structures d'appui et collectivités territoriales.

Comme l'enquête en ligne, la constitution des groupes de travail s'est confrontée à la difficulté de mobiliser les acteurs locaux. Au Royaume-Uni, seules les femmes entrepreneures étaient représentées : la structure administrative du pays rend difficile la mobilisation des acteurs institutionnels et, à plus forte raison, des collectivités locales. En France, les trois catégories d'acteurs étaient présentes. Mais les partenaires ont rencontré des difficultés pour mobiliser des femmes entrepreneures. Le contenu des échanges a pu être légèrement différent dans les deux pays, sans toutefois empêcher une analyse commune des ateliers.

Tableau 2. Participants des premiers ateliers de travail

Territoires B-NEW	Territoires des ateliers	Participants des ateliers		
		Femmes	Structures d'appui*	Collectivités locales*
Finistère	Presqu'île de Crozon - 20 février	8	2	4
Côtes d'Armor	Côtes d'Armor (Saint-Brieuc) - 21 mars	4	4	4
Hampshire	Hampshire - 3 mars	12	0	0
Cornouailles	Cornouailles - 27 février	13	1	0

*Il s'agit du nombre de participants présents aux ateliers de travail et non du nombre de structures d'appui ou de collectivités locales représentées. Ainsi, une même collectivité a pu être représentée par plusieurs participants.

Les ateliers de travail ont été animés en trois temps :

1. Présentation des participants et des objectifs du projet B-NEW et de l'étude
2. Quelle définition proposer du « bien-être territorial » ?
3. Quels sont les impacts de l'entrepreneuriat féminin sur le développement des territoires ?

Les objectifs des ateliers étaient :

- de présenter et mettre en débat les résultats de la consultation électronique ;
- d'établir un premier consensus sur les éléments participant au « bien-être territorial » ;
- de repérer les impacts significatifs de l'entrepreneuriat féminin sur le « bien-être territorial » ;
- de favoriser une culture commune aux participants autour des apports de l'entrepreneuriat féminin.

Organisés de manière très participative, les ateliers ont donné lieu à de nombreux échanges entre les participants. Ils leur ont permis de débattre des résultats de la consultation électronique à laquelle ils ont participé, et d'échanger autour des questions liées à l'entrepreneuriat féminin.

La méthodologie prévoyait initialement un troisième temps d'échange entre femmes entrepreneures françaises et britanniques, qui a été annulé.

b) L'élaboration des recommandations opérationnelles

La deuxième phase de travail a mobilisé trois outils : l'achèvement de l'analyse de l'enquête en ligne, une approche genrée des politiques locales en faveur de l'entrepreneuriat et une seconde série d'ateliers de travail.

L'élaboration des recommandations opérationnelles à destination des collectivités territoriales et des structures d'accompagnement s'appuie en premier lieu sur le repérage des difficultés rencontrées par les femmes dans la création et le développement de leur entreprise, grâce à l'analyse des questions de l'enquête en ligne relatives à cette thématique.

Les collectivités territoriales et les structures d'accompagnement ont d'autre part été invitées à communiquer la nature des aides locales visant à encourager l'entrepreneuriat féminin, ainsi que leurs critères d'attribution et la part de femmes parmi leurs bénéficiaires. Leur analyse a permis de repérer les critères d'attribution des aides susceptibles de freiner leur accès aux femmes entrepreneures.

Enfin, **une seconde série d'ateliers de travail** a été conduite **dans les quatre territoires partenaires** sur une demi-journée en juin et septembre 2014. Selon les territoires, les ateliers ont réuni entre 7 et 19 participants : femmes entrepreneures, structures d'appui et collectivités territoriales. On notera qu'au Royaume-Uni, contrairement aux premiers ateliers de travail, des femmes entrepreneures ainsi que des structures d'appui étaient présentes, en Hampshire comme en Cornouailles.

Organisés à nouveau de manière très participative, ces seconds ateliers de travail ont donné lieu à de nombreux échanges entre les participants. Ils leur ont permis d'échanger de façon approfondie sur les mesures susceptibles d'encourager l'entrepreneuriat féminin.

Le rapport se décline en six chapitres. Le premier intitulé « les femmes, leurs entreprises et les structures d'appui » présente le profil des femmes entrepreneures et des structures qui ont répondu à l'enquête en ligne. Le second chapitre, « le territoire », a trait au « bien-être territorial » et aux atouts du territoire pour les entreprises créées par les femmes. Le troisième chapitre, intitulé « l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur le développement des territoires », expose les retombées des entreprises dirigées par des femmes sur le territoire local. Le quatrième chapitre, « création et développement de l'entreprise », s'intéresse aux difficultés rencontrées par les femmes autant à la création de leur entreprise qu'actuellement ; il traite également des aides et soutiens dont bénéficient les femmes entrepreneures. Le cinquième chapitre, « agir pour demain », présente les demandes de soutien exprimées individuellement par les femmes au cours

de l'enquête en ligne, ainsi que les recommandations élaborées collectivement au cours des ateliers de travail pour soutenir l'entrepreneuriat féminin. Le sixième et dernier chapitre présente enfin l'argumentaire et les recommandations présentés aux collectivités territoriales et aux structures support à la réunion de clôture du projet B-NEW le 13 novembre 2014 à Quimper.

CHAPITRE I. LES FEMMES, LEURS ENTREPRISES ET LES STRUCTURES D'APPUI

L'état des lieux établi en 2012 par le cabinet Perfégal à la demande du réseau B-NEW¹ était basé sur les données statistiques issues des grandes enquêtes nationales sur l'emploi et l'entrepreneuriat féminin (INSEE, Eurostat, Office for National Statistics...). Les deux questionnaires de l'enquête en ligne permettent pour leur part d'avoir des données sur le profil à la fois des femmes, des entreprises qu'elles dirigent, et des structures qui les accompagnent. Les échanges intervenus au cours des ateliers de travail éclairent certaines informations grâce à la connaissance de terrain des participants, qui proposent notamment une interprétation des différences observées entre les réponses françaises et anglaises.

1. Les femmes

Comme précisé en introduction, l'enquête en ligne fournit des informations sur le profil des femmes entrepreneures proches du réseau B-NEW, plus que sur celui de l'ensemble des femmes entrepreneures sur les quatre territoires partenaires.

a) Des Françaises plus jeunes et plus diplômées

60% des femmes françaises interrogées ont moins de 45 ans. A l'inverse, un tiers des Anglaises a 55 ans ou plus, contre seulement 7% des Françaises.

Tableau 3. L'âge des femmes entrepreneures

	France	UK	Total
Moins de 35 ans	20%	11%	14%
35 à 44 ans	40%	25%	30%
45 à 54 ans	34%	31%	32%
55 à 64 ans	7%	26%	19%
65 ans et plus	0%	7%	4%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

¹ I. GUEGUEN et al. [2012], *État des lieux des dynamiques de l'emploi féminin sur les territoires concernés, à la demande du réseau B-NEW*, PERFÉGAL.

La forte proportion de femmes anglaises âgées d'au moins 55 ans est expliquée par les participants français aux ateliers de travail par la faiblesse du niveau des retraites et la courte durée d'indemnisation du chômage au Royaume-Uni.

« Les gens n'ont pas le choix. [...] Surtout, au niveau du chômage des séniors, les indemnités fondent beaucoup plus vite. », (Côtes d'Armor)

Les participants anglais confirment qu'il est très difficile de trouver un emploi après 50 ans au Royaume-Uni, ce qui pousse les femmes séniors à créer leur propre emploi par la création d'une petite entreprise.

« Une fois que vous passez les 50 ans en Angleterre, vous devenez pratiquement inemployable. Donc, pour moi, je veux dire une fois que vous avez 50 ans, chercher un travail, c'est hors de question. Et maintenant, j'ai 60 ans, n'y pensez même pas. Alors qu'il y a dix ans, j'aurais pu partir avec la pension de retraite, je dois travailler cinq ans de plus. Si personne n'est prêt à m'employer, alors je me retrouve dans une situation où je dois faire quelque chose pour moi. », (Cornwall)

Plus jeunes, les Françaises interrogées ont également un niveau de diplôme plus élevé. Les trois quart (75%) d'entre elles sont diplômées de l'enseignement supérieur, contre la moitié (51%) des Anglaises. La différence d'âge explique pour partie cet écart. Les femmes anglaises réunies dans les ateliers de travail soulignent également que la création d'entreprise leur semble plus viable et, surtout, plus attractive, en France, pour des femmes diplômées, tandis qu'au Royaume-Uni des personnes très diplômées accepteraient plus facilement un emploi peu qualifié en cas de chômage.

Tableau 4. Le niveau de formation

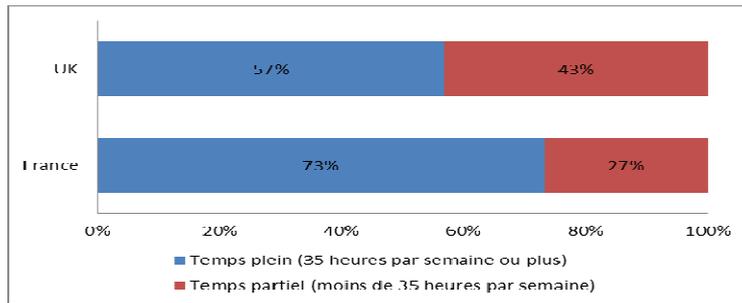
	France	UK	Total
Secondaire premier cycle (niveau BEPC, CAP, BEP)	8%	15%	13%
Secondaire second cycle (Bac ou équivalent)	14%	19%	17%
Supérieur premier cycle (Bac+2/Bac+3)	27%	35%	32%
Supérieur deuxième cycle (supérieur à Bac+3)	48%	16%	28%
Autre	3%	14%	10%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

b) Des Anglaises plus souvent salariées ou associées dans une autre entreprise

Près des trois quarts des femmes françaises travaillent dans leur entreprise à temps plein, contre près de 60% des femmes anglaises.

Graphique 1. Le temps de travail dans l'entreprise



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Pour autant, les Anglaises ne semblent pas travailler moins. Elles sont en effet, plus souvent que les Françaises, salariées par un autre employeur (38% contre 19%) ou impliquées dans la direction d'une ou plusieurs autres entreprises (34% contre 17%).

Tableau 5. Le cumul d'activités

	Etes-vous impliquée dans la direction d'une ou plusieurs autres entreprises ?			Etes-vous salariée par un autre employeur ?		
	France	UK	Total	France	UK	Total
Oui	17%	34%	28%	19%	38%	30%
Non	83%	66%	72%	81%	63%	70%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Au sujet de ces différences, les participants français aux ateliers de travail soulignent une culture de la création d'entreprise plus ancienne et plus développée au Royaume-Uni, et des démarches de création plus légères et plus rapides, favorisant le cumul d'un emploi salarié et d'une activité entrepreneuriale. Les Anglaises notent qu'avoir un emploi salarié leur permet de garder une vie sociale riche, qui compense l'isolement lié au statut d'indépendant et au travail à domicile. Surtout, elles évoquent les particularités des zones rurales éloignées dans lesquelles elles habitent : les opportunités d'emploi y sont rares et il est risqué de quitter un emploi salarié stable ; le niveau de salaire y est peu élevé et oblige à trouver des compléments de revenu dans d'autres activités.

« On ne peut pas forcément se permettre d'abandonner un emploi bien rémunéré. Nous, en Cornwall, on a tendance à faire deux ou trois choses juste pour garder la tête hors de l'eau, parce que le coût de la vie est sûrement plus élevé qu'en France. », (Cornwall)

2. Les entreprises

a) Des entreprises plutôt de petite taille

Plus de la moitié des entreprises tenues par les femmes sont des entreprises individuelles ou des auto-entreprises : 50% en France ; 60% en Angleterre. Les sociétés regroupent toutefois un tiers des entreprises gérées par les femmes interrogées, sans différence significative entre la France et le Royaume-Uni.

Tableau 6. La forme juridique des entreprises

	France	UK	Total
Entreprise individuelle ou Auto-entreprise	50%	60%	57%
Statut de société (SARL, EURL, EARL, GAEC...)	36%	33%	34%
Association, coopérative...	3%	3%	3%
Autre (précisez)	10%	3%	6%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

La moitié des femmes entrepreneures interrogées déclarent un chiffre d'affaires inférieur à 25 000 € HT pour le dernier exercice et dirigent ainsi des entreprises de très petite taille. Toutefois, un tiers (34%) des femmes françaises et un quart (24%) des femmes anglaises déclarent un chiffre d'affaires d'au moins 50 000 € HT ; 15% des Françaises et 9% des femmes Anglaises, un chiffre d'affaires d'au moins 150 000 € HT.

Tableau 7. Le Chiffre d'Affaires des entreprises

	France	UK	Total
Moins de 15 000 € HT	35%	38%	37%
De 15 000 à moins de 25 000 € HT	10%	14%	13%
De 25 000 € HT à moins de 50 000 € HT	13%	14%	13%
De 50 000 à moins de 90 000 € HT	12%	9%	10%
De 90 000 à moins de 150 000 € HT	7%	6%	7%
De 150 000 € HT et moins de 300 000 € HT	5%	3%	3%
300 000 € HT et plus	10%	6%	8%
Je n'ai pas encore réalisé de chiffre d'affaires	8%	10%	10%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Pour réaliser leur chiffre d'affaires, les femmes sont très majoritairement seules à la tête de leur entreprise. Mais des écarts peuvent être observés entre la France et le Royaume-Uni : les femmes anglaises sont plus souvent associées avec des membres de leur famille et/ou d'autres personnes dans la direction de l'entreprise.

Tableau 8. Les autres personnes impliquées dans la direction de l'entreprise

	France	UK	Total
Un ou plusieurs membres de votre famille	13%	22%	18%
D'autres personnes	6%	19%	14%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Confirmation de la petite taille des entreprises qu'elles dirigent, les deux tiers des femmes entrepreneures n'emploient aucun salarié. Seule une entreprise sur dix emploie au moins trois personnes, en dehors de son ou ses dirigeants.

Tableau 9. Les autres personnes employées

	France	UK	Total
Aucune	72%	60%	64%
Une à deux personnes	19%	26%	23%
De trois à dix personnes	6%	10%	8%
Plus de 10 personnes	3%	5%	4%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

b) Le secteur d'activité

Les trois quart des femmes entrepreneures ont choisi le secteur d'activité de leur entreprise en raison d'une compétence préalable dans ce secteur. Le deuxième élément expliquant leur choix est l'identification d'un besoin dans ce secteur sur le territoire, mais seulement pour un tiers des entreprises.

Tableau 10. Le choix du secteur d'activité

	France	UK	Total
Vous aviez une compétence dans ce secteur	79%	72%	74%
Vous avez identifié un besoin dans ce secteur sur le territoire	42%	31%	35%
Vous avez eu une opportunité de reprise dans ce secteur	9%	6%	7%
Vous avez eu l'opportunité de devenir un sous-traitant ou un fournisseur de votre ancien employeur	1%	4%	3%
Autre	7%	15%	12%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Retenons qu'à hauteur de 15% des entreprises, le secteur du commerce est le premier secteur d'activité des femmes à presque égalité avec les activités spécialisées, scientifiques et techniques. Viennent ensuite les secteurs des arts, spectacles et activités récréatives, de l'hébergement et de la restauration, et de l'information et de la communication. On notera également que les autres activités de service ainsi que l'agriculture, la sylviculture et la pêche, sont surreprésentés dans les territoires bretons comparés aux deux territoires partenaires du Royaume-Uni.

Tableau 11. Les secteurs d'activité

Secteurs	France	UK	Total
Commerce et réparation	13%	16%	15%
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	11%	15%	14%
Arts, spectacles et activités récréatives	8%	14%	12%
Hébergement et restauration	11%	8%	9%
Information et communication	11%	8%	9%
Autres activités de services	12%	4%	7%
Agriculture, sylviculture et pêche	11%	3%	6%
Industries extractives ou manufacturières	5%	7%	6%
Santé humaine et action sociale	5%	7%	6%
Enseignement	2%	7%	5%
Construction	2%	1%	2%
Activités de services administratifs et de soutien	2%	2%	2%
Transports et entreposage	0%	1%	1%
Activités financières et d'assurance	0%	1%	1%
Activités immobilières	0%	2%	1%
Autres	7%	1%	3%
Non précisé	0%	1%	1%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

De ces différents chiffres, on retiendra deux idées :

- Celle d'une différence entre les entreprises françaises et anglaises. Plus souvent, les Anglaises semblent avoir recours aux statuts d'entreprise individuelle ou d'auto-entreprise et dégager un moindre chiffre d'affaires.
- Surtout, celle d'une relative hétérogénéité des entreprises dirigées par les femmes. En France comme au Royaume-Uni, la plupart sont des entreprises individuelles ou des auto-entreprises, dégageant un chiffre d'affaires limité, dirigées uniquement par la femme interrogée et n'employant aucun salarié. Mais à l'autre extrême, des femmes sont impliquées, seules ou avec d'autres personnes, dans la direction de sociétés qui dégagent un chiffre d'affaire bien plus important et emploient des salariés.

3. Les structures d'appui

a) Type de structure, périmètre d'intervention et public accueilli

24 structures anglaises et françaises ont répondu à l'enquête en ligne. Parmi elles, on compte huit associations, quatre collectivités territoriales, trois consultants et professions indépendantes, deux entreprises privées, et un service de l'État.

Près de la moitié des structures intervient sur un périmètre local, soit une ou plusieurs communes, notamment pour les structures françaises (9/15 répondants). Les structures anglaises interviennent plutôt à l'échelle du County (4/9 répondants).

Tableau 12. Le périmètre d'intervention

	France	UK	Total
Régional	2	3	5
Départemental	3	4	7
Local	9	1	10
Autre	1	1	2
Total	15	9	24

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

La moitié des structures travaille quotidiennement au contact de créateurs d'entreprises ou d'entrepreneurs. Presque toutes déclarent travailler avec eux de façon régulière.

Tableau 13. Le contact direct avec les créateurs et les d'entrepreneurs

<i>Travaillez-vous directement au contact de créateurs d'entreprise ou d'entrepreneurs ?</i>	France	UK	Total
Oui, de façon quotidienne	8	4	12
Oui, de façon régulière	4	5	9
Oui, de façon exceptionnelle	3	0	3
Non, jamais	0	0	0
Total	15	9	24

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les structures travaillent majoritairement avec un public mixte. Seules deux structures touchent un public principalement féminin.

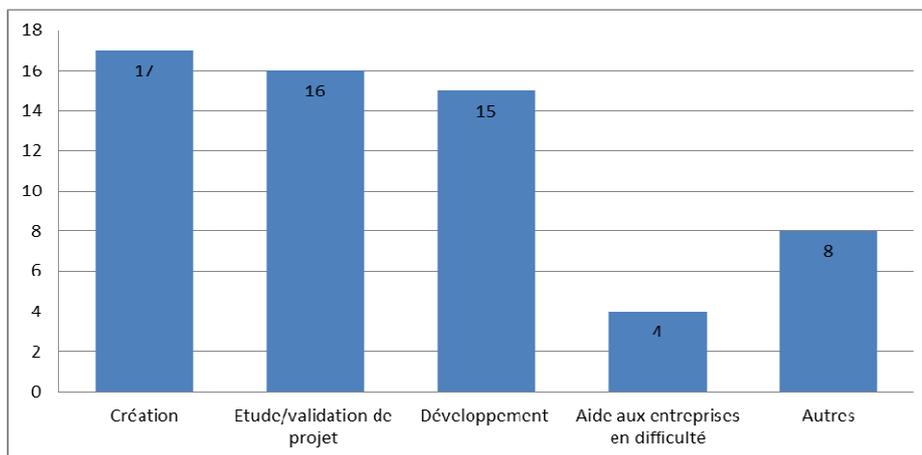
Tableau 14. Le public accueilli

Quel est le public de créateurs et/ou d'entrepreneurs avec qui vous travaillez ?	France	UK	Total
Principalement des femmes	2	0	2
Principalement des hommes	2	0	2
Des femmes et des hommes	11	9	20
Total	15	9	24

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

b) Les services proposés

La plupart des structures d'accompagnement proposent leurs services aux créateurs d'entreprise sur le volet création proprement dit (17 structures sur 24). Mais elles interviennent tout autant auprès de chefs d'entreprise dont l'activité est encore récente, ou en phase de développement.

Graphique 2. Les phases d'intervention des structures

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les services proposés par les structures françaises s'inscrivent le plus souvent dans le cadre de politiques locales, départementales ou régionales de soutien aux entreprises (12 structures sur 15). Ceci n'est le cas que de trois structures sur neuf au Royaume-Uni.

Tableau 15. L'inscription des services proposés dans le cadre de politiques locales, départementales ou régionales

Les services que propose votre structure s'inscrivent-ils dans le cadre de politiques locales, départementales ou régionales de soutien aux entreprises ?	France	UK	Total
Oui	12	3	15
Non	3	6	9
Total	15	9	24

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Le panel de services offerts par les structures d'accompagnement proches du réseau B-NEW est large. La mise en relation d'entrepreneurs ainsi que le conseil en création/reprise d'entreprise sont les plus couramment proposés par les structures (respectivement 17 et 16 structures sur 24). Viennent ensuite la diffusion d'informations sur la création/reprise/développement/cession et l'organisation de formations (respectivement 14 et 13 structures sur 24).

Tableau 16. Les services proposés

Types de services proposés (plusieurs réponses possibles)	France	UK	Total
Mise en relation d'entrepreneurs	10	7	17
Conseils en création/reprise d'entreprise	12	4	16
Informations sur création/reprise/développement/cession	10	4	14
Organisation de formations	8	5	13
Aide à la recherche de financements	9	2	11
Etude de marché/stratégie	4	4	8
Services administratifs	8	0	8
Mise à disposition de locaux à prix intéressants	6	2	8
Octroi de financements	3	2	5
Conseil en ressources humaines	3	0	3
Expertise comptable	1	1	2
Conseil juridique/fiscal	2	0	2
Autre	1	6	7
Total	15	9	24

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les structures anglaises se distinguent par la fréquence des services de mise en relation d'entrepreneurs ; les structures françaises, par la fréquence des services de conseils en création et reprise d'entreprise, de mise en relation d'entrepreneur, d'information sur la création, la reprise, le développement et la cession, d'aide à la recherche de financements, mais également de services administratifs.

Les structures interrogées accompagnent les créatrices et chefs d'entreprise en leur proposant une gamme variée de services, adaptables aux besoins de chacune. Les femmes entrepreneures proches du réseau B-NEW et leurs entreprises présentent des spécificités, comme la petite taille de leur activité, tout en étant elles-mêmes diverses. Voyons maintenant quels rapports les femmes entrepreneures entretiennent avec le territoire local.

CHAPITRE II. LE TERRITOIRE

Ce deuxième chapitre est consacré aux relations qu'entretiennent les femmes entrepreneures avec le territoire local. Il a trait, d'une part, aux atouts du territoire pour l'entreprise, d'autre part, aux éléments qu'elles intègrent dans la notion de « bien-être territorial ». Toutefois, des éléments méthodologiques précèdent ce second point.

1. Les atouts du territoire pour l'entreprise

Deux questions de l'enquête en ligne permettent de s'intéresser aux atouts du territoire pour les entreprises portées par les femmes : la première concerne les raisons de l'implantation de l'entreprise sur ce territoire ; la seconde, les ressources du territoire sur lesquelles s'appuie l'entreprise.

a) Le choix de la localisation

80% des femmes interrogées ont implanté leur entreprise sur le territoire où elles résidaient : la localisation de l'entreprise n'a pas à proprement parler fait l'objet d'un choix, d'une stratégie. Le choix de l'implantation en raison de potentialités spécifiques du territoire pour le projet d'entreprise est exceptionnel : il ne concerne que 6% des femmes sans écart entre les territoires anglais et français.

Tableau 17. Le choix de la localisation

<i>Pour quelle raison votre entreprise ou activité est-elle implantée sur ce territoire ?</i>	France	UK	Total
Vous y résidiez avant de créer ou de reprendre cette entreprise ou activité	79%	83%	81%
Vous avez eu une opportunité de reprise d'une entreprise ou d'une activité sur ce territoire	12%	3%	7%
Vous avez choisi cette localisation pour ses potentialités par rapport à votre projet	6%	6%	6%
Autre	3%	8%	7%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

b) Potentiel touristique et image de marque

Interrogées sur les ressources du territoire local sur lesquelles elles s'appuient en tant qu'entrepreneures, les femmes pointent en premier lieu son potentiel touristique et son image de marque (pointés respectivement par 36% et 35% des femmes), en second lieu, la qualité de son environnement naturel.

Tableau 18. Les ressources du territoire local pour l'entreprise

<i>Sur quelles ressources du territoire local vous appuyez-vous en tant qu'entrepreneur ?</i>	France	UK	Total
Le potentiel touristique	40%	31%	36%
L'image de marque	37%	31%	35%
La qualité de l'environnement naturel	38%	21%	29%
Le réseau de desserte	13%	19%	18%
Le réseau numérique	10%	20%	18%
La présence de nombreux services	16%	11%	14%
La proximité des ressources naturelles	13%	11%	13%
Les aides locales à la création/reprise/développement	10%	10%	11%
La présence d'établissements d'enseignement	9%	8%	9%
Le réseau de sous-traitants pour votre activité	5%	10%	8%
La présence d'autres entreprises de votre secteur	8%	6%	7%
La présence d'une main-d'œuvre adaptée	0%	6%	4%
La sécurité des biens et des personnes	2%	1%	1%
Autres	16%	17%	14%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les ateliers de travail français, et particulièrement celui de la Presqu'île de Crozon, confirment cette hiérarchie en soulignant que l'entreprise est identifiée à un territoire, lui-même connu pour son environnement préservé.

« Ça joue au niveau des fournisseurs, je suis identifiée au territoire », (Crozon).

« La Presqu'île attire les gens. L'environnement naturel protégé apporte une valeur ajoutée à l'entreprise », (Crozon).

On notera que les Anglaises pointent plus que les Françaises le réseau de desserte et le réseau numérique comme ressources du territoire local valorisées par l'entreprise.

2. Eléments de méthode pour l'identification des dimensions du « bien-être territorial »

La demande d'étude exprimée par le Conseil Général des Côtes d'Armor inclut le repérage des éléments participant au « bien-être territorial », en particulier pour les territoires ruraux et périurbains. Cette demande s'inscrit dans une volonté de renouveler la vision des territoires en

mobilisant de nouveaux indicateurs à l'image, par exemple, du projet ISBET-Indicateurs Sociétaux de Bien Etre Territorialisés, mené en Ille-et-Vilaine².

L'analyse du « bien-être territorial » suppose d'identifier les différentes dimensions et composantes susceptibles de lui être associées. L'élaboration du questionnaire de l'enquête en ligne est une étape clé pour se donner les outils de cette identification. Les dimensions proposées dans le questionnaire pour qualifier le « bien-être territorial » sont inspirées du travail de la commission Stiglitz-Sen-Fitoussi dans son rapport de septembre 2009 sur la mesure de la performance économique et du progrès social, dit « Rapport Stiglitz »³. S'inspirant de travaux de recherche existants et de l'étude de nombreuses initiatives, la Commission retient huit dimensions qu'il convient de prendre en considération pour mesurer le bien-être :

- 1. les conditions de vie matérielles ;
- 2. la santé ;
- 3. l'éducation ;
- 4. les activités personnelles dont le travail ;
- 5. la participation à la vie politique et la gouvernance ;
- 6. les liens et rapports sociaux ;
- 7. l'environnement (état présent et à venir) ;
- 8. l'insécurité, tant économique que physique.

L'approche de travail étant similaire, mais la thématique, spécifique, tandis que l'échelle d'observation passe du national ou local, certaines des huit dimensions retenues dans le rapport Stiglitz pour qualifier le bien-être ont été abandonnées, d'autres plus détaillées. Au final, aux huit dimensions du « bien-être » du rapport Stiglitz correspondent douze dimensions du « bien-être territorial ». Ces douze éléments susceptibles de participer au « bien être territorial » ont été dans un premier temps proposés aux répondants de l'enquête en ligne sous forme de questions fermées. Ils ont dans un second temps fait l'objet d'échanges dans le cadre des ateliers de travail.

² PEKEA [2008], *Bien vivre ensemble sur les territoires. Eléments d'un diagnostic partagé* (Projet ISBET) ; PEKEA [2008], *Bien vivre ensemble sur les territoires. Construire ensemble des indicateurs de bien-être et de progrès social* (Projet ISBET).

³ Joseph E. STIGLITZ, Armartya SEN, Jean-Paul FITOUSSI [2009], *Rapport de la Commission sur la mesure des performances économiques et du progrès social*.

Tableau 19. Les dimensions retenues pour la notion de « bien-être territorial »

Rapport Stiglitz	Questionnaire CREDOC/ Small Business Research Center
1. Les conditions de vie matérielles	a. Des emplois stables
	b. La présence de services de proximité
2. La santé	c. Une offre de santé de qualité
3. L'éducation	d. Un réseau éducatif dense
4. Les activités personnelles	e. Les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée
	f. Des logements de qualité et d'un coût accessible
	g. La présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs
	h. La présence d'un réseau de transport adapté
5. La participation à la vie politique et la gouvernance	
6. Les liens et rapports sociaux	i. L'existence d'un tissu associatif dynamique
7. L'environnement (état présent et à venir)	j. Une politique locale de protection de l'environnement
8. L'insécurité, tant économique que physique	k. L'assurance d'un niveau de sécurité minimal
	l. Un niveau de revenu par habitant élevé

3. Les dimensions du bien-être territorial

Le questionnaire demandait aux femmes entrepreneures de choisir, parmi la liste des douze dimensions proposées, celles qui, à leur avis, définissent le mieux le « bien-être territorial ». Une première question leur permettait d'en choisir cinq ; une seconde question, une seule. Il a été constaté durant les ateliers de travail que certaines femmes ont répondu d'un point de vue personnel, se positionnant en tant qu'habitante d'un territoire, d'autres, davantage en tant que chef d'entreprise. De plus, les dimensions proposées du « bien-être territorial » n'ont pas toujours été appréciées de la même façon par les femmes françaises et anglaises. Ainsi, si l'item « une politique locale de protection de l'environnement » a suscité peu de réponses des Anglaises, c'est en partie parce qu'une telle politique est impulsée au niveau national ou régional au Royaume-Uni, et non au niveau local.

Tableau 20. Les dimensions du « bien-être territorial » pour les femmes entrepreneures

« Dans la liste suivante, quelles sont les principales dimensions qui, à votre avis, définissent le « bien-être territorial » ?	5 réponses au maximum			1 seule réponse possible		
	France	UK	Total	France	UK	Total
Des emplois stables	49%	62%	57%	26%	28%	27%
La présence de services de proximité	51%	51%	51%	12%	9%	10%
Des logements de qualité et d'un coût accessible	41%	53%	49%	6%	5%	5%
Les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée	38%	53%	48%	23%	26%	25%
La présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs	50%	38%	42%	2%	3%	3%
La présence d'un réseau de transport adapté	31%	35%	34%	2%	1%	2%
L'existence d'un tissu associatif dynamique	47%	21%	30%	7%	4%	5%
Une offre de santé de qualité	24%	30%	28%	2%	4%	3%
L'assurance d'un niveau de sécurité minimal	15%	22%	19%	3%	3%	3%
Une politique locale de protection de l'environnement	28%	9%	16%	6%	1%	3%
Un niveau de revenu par habitant élevé	14%	16%	15%	7%	7%	7%
Un réseau éducatif dense	23%	9%	14%	0%	1%	0%
Autres	5%	8%	7%	3%	7%	6%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les trois dimensions participant au « bien-être territorial » qui apparaissent, au final, les plus importantes pour les femmes sont :

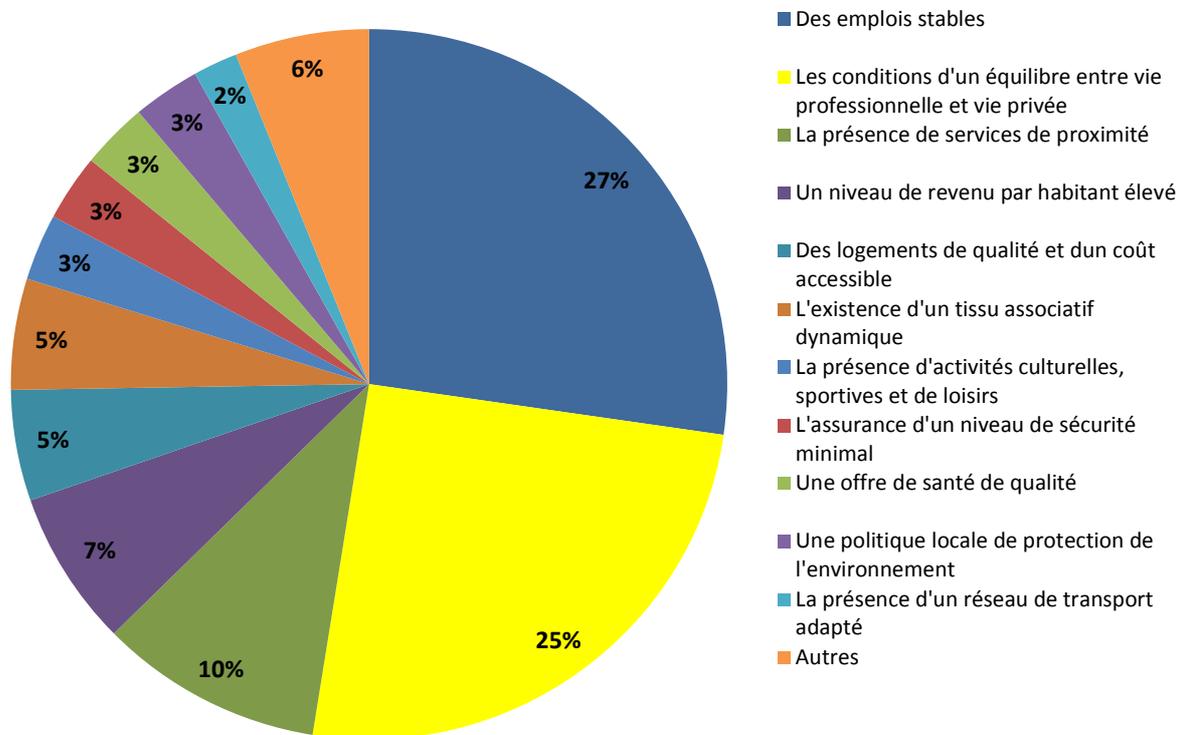
- « des emplois stables » (57% des réponses dans la question à choix multiple et 27% dans celle à choix unique) ;
- « les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée » (48% et 25%),
- « la présence de services de proximité » (51% et 10%).

La dimension « des logements de qualité et d'un coût accessible », positionnée en troisième position dans la question à choix multiple avec 49% des réponses, ne résiste pas à l'épreuve de la question à choix unique où elle ne recueille plus que 5% des réponses.

L'analyse de la question à choix multiple montre des écarts entre les Anglaises et les Françaises. Les premières soulignent davantage l'importance de la présence d'emplois stables, de logements de qualité et d'un coût accessible, des conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée, tandis que les secondes privilégient la présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs, d'un tissu associatif dynamique, d'une politique locale de protection de l'environnement et d'un tissu éducatif dense. Toutefois, excepté pour la dimension « une politique locale de protection de l'environnement », les écarts entre la France et le Royaume-Uni, observés pour la

question offrant la possibilité de cinq réponses, disparaissent pour la seconde question à choix unique.

Figure 1. Les dimensions du bien-être territorial pour les femmes entrepreneurs (1 réponse possible)



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les ateliers de travail ont permis d'approfondir l'analyse des dimensions le plus fréquemment pointées comme participant au « bien-être territorial ». A propos de la dimension liée à l'emploi, les échanges ont confirmé l'importance de la présence d'emplois stables, mais également d'emplois de qualité et d'emplois qui fondent une identité professionnelle.

- La stabilité des emplois locaux crée un climat de confiance chez les consommateurs, qui dynamise l'économie locale. L'occupation d'un emploi stable peut être une condition préalable à la création d'entreprise : elle permet de tester une idée d'activité sans risquer de perdre un revenu régulier. Toutefois, dans le même temps, l'absence d'emplois salariés stables peut pousser à la création d'entreprise.
- Les emplois occupés dans le cadre des créations d'entreprise sont des emplois de qualité qui permettent à la fois une plus grande flexibilité dans l'articulation de la vie professionnelle et de la vie privée, et le choix des personnes, - employés, clients, partenaires... -, avec lesquelles on travaille.

- Enfin, la création d'entreprise permet d'acquérir une identité professionnelle : créer leur propre activité permet aux femmes de travailler dans un domaine qui les passionne, d'être indépendantes financièrement et capables de subvenir aux besoins de leur famille, mais également de s'insérer dans la vie locale.

A propos des conditions d'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, les échanges tenus au cours des ateliers de travail soulignent combien celles-ci sont modifiées par la création d'entreprise. Être son propre patron permet de gérer son temps plus librement et d'être disponible pour les obligations liées notamment à l'éducation des enfants. Toutefois, cette liberté peut se traduire par des soirées de travail très tardives : le travail à la maison impose une discipline stricte pour aller de pair avec une bonne gestion des temps.

La dimension « présence de services de proximité » est pour sa part déclinée entre trois thématiques :

- la présence de services de garde d'enfants qui permet aux femmes de maintenir leur activité professionnelle ;
- la diversité de l'offre de services de proximité qui sont autant de fournisseurs, de partenaires, si ce n'est de clients potentiels pour les entreprises créées par les femmes ;
- la qualité de la connexion Internet qui est essentielle pour développer une entreprise dans une zone rurale isolée.

Le tableau présenté dans les pages suivants restitue, pour chacune des douze dimensions du « bien-être territorial » proposées à l'appréciation des femmes, les échanges qui ont eu lieu dans les ateliers de groupe. Chaque dimension du « bien-être territorial » y est associée à ses éventuelles thématiques et composantes, elles-mêmes illustrées par des exemples ou des extraits d'échanges.

Tableau 21. Dimensions et composantes du « bien-être territorial »

Thématiques	Composantes	Extraits des groupes de travail et exemples
A. DES EMPLOIS STABLES		
▪ Des emplois stables	✓ La présence d'emplois stables crée un climat de confiance chez les consommateurs, qui dynamise l'économie locale et par là, les entreprises des femmes.	Ceci est particulièrement important pour les femmes qui vendent des produits ou des services de luxe.
	✓ Avoir un emploi stable est une condition préalable à la création d'entreprise : il permet de tester une idée d'entreprise sans risquer de perdre un revenu régulier	
	✓ Toutefois, dans le même temps, l'absence d'emplois salariés stables peut pousser à la création d'entreprise	<i>« Si on n'a pas de travail, il faut chercher ailleurs. A Crozon, ce n'est pas évident de trouver du travail, donc, soit on monte une entreprise, soit on part. », (Crozon)</i>
▪ Des emplois de qualité	✓ La création d'une activité permet une plus grande flexibilité dans l'articulation de la vie professionnelle et de la vie privée	<i>« La raison pour laquelle certaines Anglaises travaillent à mi-temps dans leur entreprise est le choix d'un style de vie ; elles veulent s'occuper de leur famille et elles veulent avoir leur entreprise à côté. », (Hampshire)</i>
	✓ Contrairement au travail salarié, la création d'une activité permet de choisir avec les personnes avec lesquelles on travaille (employés, clients, partenaires...)	<i>« Cela vous donne aussi un peu plus de contrôle sur avec qui vous travaillez. ... Quand vous travaillez pour quelqu'un d'autre et qu'ils choisissent avec qui vous travaillez, vous pouvez finir par travailler avec quelqu'un avec qui vous n'avez pas les mêmes valeurs, et rien en commun. Cela peut être très décourageant de travailler dans une équipe où vous sentez que la moitié des personnes est si différente de ce que vous êtes... Etre capable de choisir avec qui vous travaillez est un des grands avantages d'être chef d'entreprise. », (Hampshire)</i>
▪ Des emplois qui fondent une identité professionnelle	✓ Créer leur propre entreprise permet aux femmes de travailler dans un domaine qui les passionne	<i>« C'est la flexibilité, mais c'est aussi que j'aime vraiment mon travail, j'ai une passion pour mon travail, j'adore ça, donc je suis très heureuse de travailler et en quelque sorte ça équilibre ma vie. Oui, j'ai des horaires extrêmement flexibles, des journées de 16 heures, mais à la fin de la journée, c'est le travail que j'ai envie de faire. » (Cornwall)</i>
	✓ Les femmes entrepreneures sont indépendantes financièrement et capables de subvenir aux besoins de leur famille	
	✓ Les femmes entrepreneures s'insèrent dans la vie locale grâce à leur activité professionnelle	

B. LA PRESENCE DE SERVICES DE PROXIMITE		
▪ La présence de services de garde d'enfants	✓ La présence de services de garde d'enfants encourage les femmes à avoir une activité professionnelle	« Beaucoup de femmes après un congé parental, une période de chômage ou qui ont suivi leur conjoint, se demandent : « est-ce que cela vaut le coup de travailler pour payer une nounou ? » (Crozon) Presqu'île de Crozon : seulement une halte-garderie avec 6 places en crèche.
▪ La diversité de l'offre de services de proximité	✓ La présence de fournisseurs et de partenaires locaux est importante pour développer une entreprise	
	✓ Les services locaux peuvent devenir des clients de l'entreprise	« Par loyauté envers ma région, j'essaie toujours de travailler avec des gens du coin parce que ça fait partie de la contribution qu'on peut apporter à notre communauté locale. Et vous espérez toujours que peut-être cela vous arrivera aussi, en retour. » (Hampshire)
▪ La qualité de la connexion Internet	✓ Une bonne connexion Internet est essentielle pour développer une entreprise dans une zone rurale	« On ne pourrait pas avoir notre entreprise en Cornwall sans Internet parce que, pour moi, acheter et vendre des antiquités, si je veux faire une foire hors de la Cornwall, je dois rouler plus de 100km avant de pouvoir tourner à gauche ou à droite, et le prix de l'essence est prohibitif. Je pourrais partir tout un weekend, et à peine couvrir mes frais. En vendant sur Internet,... Sans cela, je ne songerais même pas à faire ce que je fais parce qu'il y a si peu d'argent en Cornwall... Les gens ont un budget si limité pour des choses qui ne sont pas indispensables au quotidien que, sans Internet, cela ne marcherait pas. Internet est essentiel. » (Cornwall)
C. UNE OFFRE DE SANTE DE QUALITE		
D. UN RESEAU EDUCATIF DENSE		
E. LES CONDITIONS D'UN EQUILIBRE ENTRE VIE PROFESSIONNELLE ET VIE PRIVEE		
▪ Etre son propre patron	✓ Etre leur propre patron permet aux femmes de gérer leur temps de façon plus libre	Certaines femmes créent leur propre entreprise pour avoir un meilleur équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée. Toutefois, dans la pratique, cela ne fonctionne pas toujours. « Etre son propre patron, parfois c'est génial, parfois non. Mon ordinateur est dans mon salon, pour que je puisse voir ce que font mes enfants, mais aussi, parfois il est 9 ou 10 heures du soir et soudain je pense 'Oh et si je faisais ça aujourd'hui, ce soir, je n'aurais pas à m'en inquiéter demain', et je me retrouve devant l'ordinateur jusqu'à minuit. Mais

		<i>après, s'il y a une réunion à l'école, je n'ai pas à demander à qui que ce soit pour m'absenter. Maintenant, j'y vais, c'est tout. Donc il y a des moments où être chef d'entreprise améliore l'équilibre vie professionnelle-vie privée, mais il y a aussi des moments où cela a des effets négatifs parce qu'il est 10 heures du soir et que vous êtes encore en train de faire cette petite chose que vous devez finir. » (Cornwall)</i>
▪ Le travail à la maison	✓ Pour bien gérer leur temps, elles doivent s'imposer une discipline stricte	<p>Pour contrôler leur équilibre vie professionnelle-vie privée, les femmes entrepreneurs doivent apprendre à être disciplinées, en particulier celles qui travaillent depuis leur domicile, ou possèdent une boutique.</p> <p><i>« J'ai de la chance parce que j'ai des temps morts, je peux couper. En ce moment, je travaille dans la troisième chambre de la maison jusqu'à ce que j'aie mon nouveau bureau. Je prends une pause déjeuner, je descends et je regarde les informations pendant une heure, je mange et je remonte pour travailler. Donc il faut être discipliné quand on travaille à la maison. » (Hampshire)</i></p>
F. DES LOGEMENTS DE QUALITE ET D'UN COUT ACCESSIBLE		
▪ Des logements à un prix abordable	✓ Le paiement de crédits immobiliers rend difficile l'investissement dans l'entreprise (concurrence entre le logement et l'entreprise)	<p>L'accès à la propriété ou même à la location d'un logement est de plus en plus difficile pour les jeunes compte tenu de la pression touristique et de la concurrence des résidences secondaires.</p> <p><i>« J'en reviens au moment où j'avais ma première entreprise à Cardiff il y a 10 ans. J'étais seule avec un prêt immobilier à rembourser, et finalement j'ai fait de l'intérim, parce que je ne pouvais pas supporter de devoir rembourser le prêt et ne pas être capable de mettre quoi que ce soit dans l'entreprise. Il n'y avait pas d'aides, et je pense que c'est encore plus difficile d'y avoir accès maintenant qu'à l'époque. » (Hampshire)</i></p>
G. LA PRESENCE D'ACTIVITES CULTURELLES, SPORTIVES ET DE LOISIRS		
▪ Une offre d'activités diverses		C'est particulièrement le cas pour des territoires ruraux comme Crozon, où il y a seulement un cinéma et un projet d'auditorium.
H. LA PRESENCE D'UNE OFFRE DE TRANSPORTS ADAPTE		
▪		
I. L'EXISTENCE D'UN TISSU ASSOCIATIF DYNAMIQUE		
▪ Présence d'associations	✓ Les femmes souhaitent rejoindre des associations locales à la fois pour rompre l'isolement et développer leur réseau de partenaires et/ou de clients	<i>« Moi j'arrive, ma première intention est de m'inscrire dans des projets associatifs en arrivant avant de lancer mon activité, pour créer mon réseau. C'est un moyen de connaître des gens. » (Crozon)</i>

J. UNE POLITIQUE LOCALE DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT		
K. L'ASSURANCE D'UN NIVEAU DE SECURITE MINIMAL		
L. UN NIVEAU DE REVENU PAR HABITANT ELEVE		

CHAPITRE III. L'IMPACT DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ SUR L'ATTRACTIVITE ET LE DEVELOPPEMENT DES TERRITOIRES

Le troisième chapitre s'intéresse à l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur l'attractivité et le développement des territoires. Il étudie, dans un premier temps, les emplois, la clientèle et les fournisseurs des entreprises gérées par les femmes, dans un second, les différentes dimensions des effets de leur activité sur les territoires. Comme dans le chapitre précédent, des éléments de méthode précèdent ce second point.

1. Des emplois, des clients et des fournisseurs

En vue d'apprécier l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur l'attractivité et le développement des territoires locaux, il est possible, dans un premier temps, de recueillir auprès des femmes entrepreneures des données factuelles relatives à leur activité. Le questionnaire de l'enquête en ligne a ainsi interrogé les femmes sur le caractère local des emplois créés dans leur entreprise, leur capacité à répondre aux besoins de la clientèle locale et à faire appel aux produits et services de fournisseurs ou de sous-traitants locaux.

a) Des emplois locaux

Un tiers des femmes entrepreneures interrogées emploient au moins une personne autre qu'elles-mêmes. Presque toutes ces femmes (94% d'entre elles) déclarent que toutes les autres personnes employées par l'entreprise (80%) ou du moins une partie d'entre elles (14%) le sont localement : lorsque des emplois sont créés dans les entreprises portées par les femmes, il s'agit d'emplois locaux.

Tableau 22. Les personnes employées localement (dans un rayon d'environ 30 kilomètres)

<i>Outre vous-même, combien des autres personnes travaillant pour l'entreprise ou l'activité sont employées localement (dans un rayon de moins de 30 kilomètres autour du siège de l'entreprise)</i>	France	UK	Total
Toutes	75%	83%	80%
Une partie d'entre elles	17%	12%	14%
Aucune	8%	5%	6%
Total	100%	100%	100%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

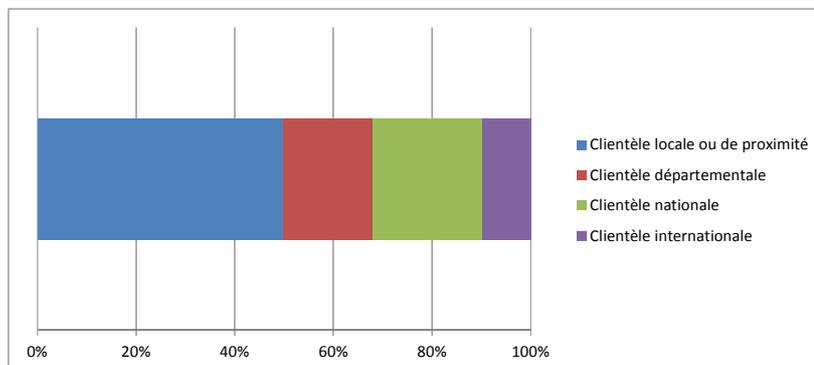
Par ailleurs, près d'un tiers des femmes entrepreneures déclarent sous-traiter une part du travail familial (garde des enfants, soins aux personnes âgées, travail domestique, etc.) à une personne rémunérée, *a priori* elle aussi employée localement.

b) Une clientèle locale

Les ventes réalisées auprès de la clientèle locale atteignent en moyenne 50% du chiffre d'affaires, sans écart entre les femmes anglaises et françaises. L'autre moitié du chiffre d'affaires est réalisé auprès d'une clientèle non locale, témoignant d'une capacité à attirer une clientèle extérieure et, pour certaines entreprises, à faire connaître le territoire local, ses produits et ses services. On notera que la part de la clientèle internationale s'élève à 10% du chiffre d'affaires, là encore sans écart en moyenne entre les territoires des deux côtés de La Manche.

Tableau 23. Répartition moyenne du CA selon l'origine géographique des clients

<i>Comment se répartir votre chiffre d'affaires selon l'origine géographique de vos clients ?</i>	France	UK	Total
Clientèle locale ou de proximité (dans un rayon d'environ 30 kilomètres)	50%	50%	50%
Clientèle départementale ou du County (hors locale)	21%	16%	18%
Clientèle nationale (hors départementale ou County, et locale)	21%	23%	22%
Clientèle internationale	8%	11%	10%
Total	100%	100%	100%



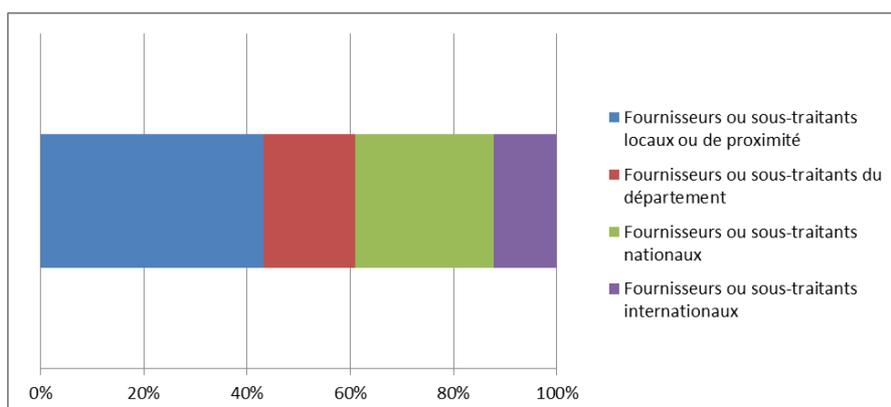
Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

c) Des fournisseurs et sous-traitants locaux

Près des deux tiers des entreprises font appel à des fournisseurs ou à des sous-traitants pour la fourniture de produits finis ou de services liés à la comptabilité et la gestion, la publicité et la communication, le transport, la livraison et la logistique, ou encore le nettoyage. Les achats des entreprises sont en moyenne à plus de 40% vendus par un ou des fournisseurs locaux, d'où des retombées pour l'économie locale.

Tableau 24. Répartition moyenne des achats selon l'origine géographique des fournisseurs et sous-traitants

<i>Pour les entreprises qui ont des fournisseurs ou des sous-traitants, comment se répartissent vos achats (produits ou services) selon l'origine géographique de vos fournisseurs et sous-traitants ?</i>	France	UK	Total
Fournisseurs ou sous-traitants locaux ou de proximité (dans un rayon d'environ 30 kilomètres)	42%	44%	43%
Fournisseurs ou sous-traitants du département ou du County (hors locaux)	20%	16%	18%
Fournisseurs ou sous-traitants nationaux (hors locaux et départementaux ou du County)	26%	27%	27%
Fournisseurs ou sous-traitants internationaux	12%	13%	12%
Total fournisseurs	100%	100%	100%



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Que ce soit par la création d'emplois directs (femme entrepreneure et ses salariés), la réponse aux besoins de produits ou de services de la clientèle locale ou le recours à des fournisseurs ou des sous-traitants locaux, les activités créées par les femmes concourent ainsi au développement des territoires. Au-delà de ces premiers éléments économiques, l'étude cherche à identifier les différents impacts de l'entrepreneuriat féminin sur le développement économique, social et culturel des territoires.

4. Éléments de méthode pour l'identification des impacts de l'entrepreneuriat féminin

Le repérage des apports de l'entrepreneuriat féminin sur l'attractivité et le développement des territoires suppose d'identifier les différentes dimensions à prendre en compte : les indicateurs classiques de performance économique et de croissance ne suffisent pas pour apprécier l'ensemble des impacts directs, indirects et induits, sur le développement économique, social et culturel, des territoires. Dans le cadre d'un diagnostic partagé, il s'agit en outre d'identifier les dimensions et thématiques qui semblent les plus pertinents aux acteurs territoriaux : femmes entrepreneures, structures d'accompagnement et collectivités territoriales.

L'élaboration du questionnaire est là encore une étape clé pour se donner les moyens d'identifier les différentes contributions de l'entrepreneuriat féminin. Outre le recueil de données factuelles sur les emplois, les clients et les fournisseurs des entreprises dirigées par des femmes, elle vise à permettre le repérage des dimensions et thématiques apparaissant les plus pertinentes.

Dans un souci de cohérence avec le travail établi sur la notion de « bien-être territorial », les dimensions proposées dans le questionnaire pour identifier les impacts de l'entrepreneuriat féminin ont elles aussi été définies à partir du travail de la commission Stiglitz-Sen-Fitoussi et des huit dimensions retenues : pour rappel, les conditions de vie matérielles, la santé, l'éducation, les activités personnelles, la participation à la vie politique et la gouvernance, les liens et rapports sociaux, l'environnement (état présent et à venir), l'insécurité, tant économique que physique.

Au final, aux huit dimensions du « bien-être » du rapport Stiglitz correspondent onze dimensions de contribution de l'entrepreneuriat féminin au développement des territoires. Ces onze dimensions ont été, dans un premier temps, proposées aux répondants de l'enquête en ligne sous forme de questions fermées. Elles ont, dans un second temps, fait l'objet d'échanges dans le cadre des ateliers de travail réunissant des femmes, des structures d'accompagnement et des collectivités territoriales.

Tableau 25 – Les dimensions retenues pour mesurer l’impact de l’entrepreneuriat féminin sur l’attractivité et le développement des territoires

Rapport Stiglitz	Questionnaire CREDOC/ Small Business Research Center
1. Les conditions de vie matérielles	a. La création d’emplois
	b. Le développement de l’offre de services de proximité
2. La santé	c. L’amélioration de l’offre de santé
3. L’éducation	d. Le développement de l’offre éducative
4. Les activités personnelles	e. L’amélioration des conditions de l’équilibre vie professionnelle-vie privée
	f. L’amélioration de l'offre de logements
	g. Le développement de l'offre d'activités culturelles, sportives et de loisirs
	h. L’amélioration de l'offre de transport
5. La participation à la vie politique et la gouvernance	
6. Les liens et rapports sociaux	i. Le renforcement du tissu associatif
7. L’environnement (état présent et à venir)	j. La contribution à meilleur respect de l’environnement
8. L’insécurité, tant économique que physique	k. L’amélioration du niveau de sécurité

5. Les retombées de l’entrepreneuriat féminin sur le territoire local et leurs indicateurs

Le questionnaire de l’enquête en ligne demandait aux femmes entrepreneures d’apprécier, pour chacune des onze dimensions proposées, si leur entreprise avait un impact sur le territoire local, avec pour réponses proposées : « oui », « non », « pas encore », « je ne sais pas ». La même question était posée au sujet des entreprises portées par des femmes aux structures d’accompagnement et collectivités territoriales qui ont répondu à l’enquête.

Tableau 26. La contribution des entreprises dirigées par des femmes à l'attractivité et au développement des territoires

Selon vous, votre entreprise permet, localement (c'est-à-dire dans un rayon d'environ 30 kilomètres) : - De	Femmes entrepreneures 228 répondantes pour France et UK		Structures d'accompagnement et collectivités 24 répondants pour France et UK	
	En %		En nombre	
	Oui	Pas encore	Oui	Oui, mais de façon limitée
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas				
De développer l'offre de services de proximité	50%	4%	19	3
D'améliorer les conditions de l'équilibre vie professionnelle-vie privée	36%	2%	14	6
De renforcer le tissu associatif	35%	6%	14	2
De développer l'offre éducative	33%	5%	11	2
De créer des emplois	32%	29%	12	10
De contribuer à un meilleur respect de l'environnement	32%	4%	7	4
De développer l'offre d'activités culturelles, sportives et de loisirs	30%	4%	12	5
D'améliorer l'offre de santé	23%	1%	11	5
D'améliorer le niveau de sécurité	16%	2%	2	2
D'améliorer l'offre de logements	11%	4%	2	1
D'améliorer l'offre de transport	7%	0%	3	1

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Les deux impacts qui apparaissent, au final, les plus souvent enregistrés par les femmes sont le développement de l'offre de services de proximité et la création d'emplois. La moitié des femmes interrogées considèrent que leur entreprise concourt au développement de l'offre de services de proximité de leur territoire, la plupart des structures et collectivités interrogées s'accordant également sur ce point. Un tiers des femmes annonce avoir d'ores et déjà contribué à la création d'emploi. S'y ajoute un second tiers espérant pouvoir à l'avenir participer à la création d'emplois (réponse « pas encore »). Cinq autres contributions au développement des territoires sont pointées par environ un tiers des femmes : l'amélioration des conditions de l'équilibre entre vie professionnelle et vie familiale, le renforcement du tissu associatif, le développement de l'offre éducative, la contribution à un meilleur environnement et le développement d'offre culturelles, sportives et de loisirs. L'amélioration de l'offre de santé suscite la réponse positive de près d'un quart des femmes interrogées.

Les échanges tenus au cours des ateliers de travail confirment ce classement : les discussions ont été plus riches sur les dimensions arrivées en tête du classement issu de l'enquête en ligne.

Placé par l'enquête en ligne comme la plus fréquente des contributions des entreprises dirigées par des femmes aux territoires, le développement de l'offre de services de proximité se déploie en deux thématiques. Il ressort en effet des ateliers de travail que :

- d'une part, les femmes entrepreneures sont des clientes des services de proximité, le revenu dégagé par l'entreprise étant partiellement réinvesti dans l'économie locale,
- d'autre part, leur activité peut correspondre à la création de nouveaux services locaux de proximité.

Au-delà des données factuelles recueillies sur les employés, les fournisseurs et sous-traitants, les ateliers de travail permettent de distinguer en matière de création d'emplois :

- les emplois directs liés à la création de l'activité et l'embauche de salariés,
- les emplois indirects liés au recours à des fournisseurs et des sous-traitants locaux,
- les emplois induits liés à la sous-traitance du travail domestique.

Ils confirment qu'au-delà de leur propre emploi, nombre de femmes n'ont pas encore pu développer une activité suffisante pour recruter des salariés. Toutefois, le recrutement d'employés n'est pas un objectif pour l'ensemble des créatrices, certaines déclarant ne pas souhaiter devenir employeuse et/ou développer leur activité.

L'amélioration des conditions de l'équilibre vie professionnelle-vie privée concerne la femme entrepreneure elle-même : avoir sa propre entreprise permet de gérer son temps de façon plus libre, d'éviter de longs trajets domicile-travail et d'être plus épanouie dans son travail. Mais, par leur offre de services dans les secteurs du social, de la santé, des loisirs et du tourisme, les femmes entrepreneures peuvent également contribuer à améliorer les conditions de cet équilibre pour des habitant(e)s des territoires.

A propos du renforcement du réseau associatif, les échanges au sein des ateliers de travail montrent que des femmes entrepreneures sont membres de réseaux et d'associations locales, et, pour partie, créent elles-mêmes des associations ou des réseaux d'entraide entre femmes entrepreneures afin de « sortir de l'isolement » lié à la situation d'entrepreneure et/ou de travailleuse indépendante. Plus largement, en s'inscrivant dans la proximité et le local, les femmes contribuent au renforcement des liens et de la cohésion sociale à l'échelle du territoire.

A propos du développement de l'offre éducative, les échanges mettent en évidence deux éléments. D'une part, des femmes entrepreneures apportent des compétences et savoir-faire nouveaux au territoire local, que certaines partagent avec leurs partenaires, leurs clients, ou encore avec les

enfants des écoles. D'autre part, les femmes estiment participer, grâce à la création d'une entreprise, à la remise en cause des stéréotypes de genre.

La dimension « contribuer à un meilleur respect de l'environnement » a fait l'objet de nombreux échanges pointant les multiples facettes de cette contribution.

- Les femmes peuvent développer une offre de produits ou services spécifiques : production des produits respectant l'environnement (par exemple produits agricoles bio), activités autour de la protection de l'environnement (activités d'éducation à l'environnement), mais aussi processus de production de l'entreprise respectant l'environnement.
- Les femmes participent à la diminution des transports motorisés : réduction des déplacements domicile-travail ; réduction des transports de marchandises grâce à la production de produits locaux destinés à la consommation locale et au recours à des fournisseurs et sous-traitants locaux.

Le tableau de bord présenté dans les pages suivants restitue, pour chacune des onze dimensions proposées à l'appréciation des femmes, des structures d'accompagnement et des collectivités territoriales, les thématiques et composantes évoquées, elles-mêmes illustrées par des exemples ou des extraits des échanges. S'y ajoutent, lorsque cela est possible et pertinent, des indicateurs quantitatifs.

La présentation du tableau de bord permet une lecture intuitive et facile, et fournit des informations détaillées, dans l'optique de l'argumentaire. L'intégration d'extraits des ateliers de travail restitue la richesse des échanges intervenus. Les dimensions et composantes retenues pour le tableau de bord reflètent dans la mesure du possible la diversité des discussions qui ont eu lieu. Les idées avancées par les participants des quatre ateliers de travail ont été recoupées afin d'identifier les éléments communs aux différents groupes, mais aussi les éléments moins cités, mais tout aussi pertinents au regard de l'objectif de conception d'un argumentaire.

Tableau 27. Dimensions, thématiques, composantes et indicateurs quantitatifs de l'impact de l'entrepreneuriat féminin sur les territoires

Thématiques	Composantes	Extraits des ateliers de travail et exemples	Indicateurs quantitatifs
A. LA CREATION D'EMPLOIS			
▪ Emplois directs	▪ Création de leur propre emploi par les femmes entrepreneures	<p>Sur la Presqu'île de Crozon notamment, compte tenu de l'absence sur place d'emplois féminins qualifiés et des contraintes liées à un emploi salarié sur Brest ou Quimper (coût des transports et de la garde), la création d'entreprise apparaît comme une solution pour rester habiter dans la Presqu'île.</p> <p>« Si on n'a pas de travail, il faut chercher ailleurs. A Crozon, ce n'est pas évident de trouver du travail, donc soit on monte une entreprise, soit on part », (Crozon).</p> <p>« J'ai été obligée d'abandonner mon emploi pour suivre mon conjoint et j'ai besoin d'exister sans lui ici. Il travaille chez E. (...) Je ne voulais pas faire 1 heure de trajet par jour. Pour moi, ça fait partie du bien-être qu'on peut trouver en province. (...). La première chose que j'ai demandé à mon entreprise, c'est de partir en télétravail, ça m'a été refusé. Je pense que les entreprises ne sont pas encore toutes prêtes », (Crozon)</p> <p>« On est venus ici parce que mon mari avait trouvé du travail ici. Moi je ne trouvais pas, j'ai trouvé un stage, puis un CDD, mais je ne trouvais pas d'emploi. J'ai un enfant et en voulais un autre, mais je voulais en même temps continuer ma vie professionnelle. Je me suis dit, il faut que je fasse quelque chose », (Côtes d'Armor)</p>	❖ Nombre d'entreprises créées chaque année par une femme
	▪ Création d'emplois salariés par les entreprises dirigées par les femmes	« Oui, avec un peu de chance, mon ambition est de créer des emplois stables, et c'est quelque chose que je me vois faire dans le futur. Et je suppose, vous avez dit que la majorité des répondants anglais créaient des emplois, donc manifestement et avec un peu de chance ils sont stables. Donc c'est quelque chose que les entrepreneurs apportent. » (Hampshire)	❖ Nombre d'emplois créés dans les entreprises dirigées par une femme
▪ Emplois indirects	✓ Recours à des fournisseurs ou sous-traitants locaux	<p>« Je travaille avec la plupart des groupes de Cornwall (...). Et sans ces groupes en Cornwall, mon travail, mon entreprise ne pourraient pas exister parce que je fournis des grandes salles avec un groupe et donc mon travail est sous-traité à des groupes et des musiciens avec qui je travaille, (...) je suis un intermédiaire. » (Cornwall)</p> <p>« La majorité de nos produits vient de l'étranger, mais après, si on pense aux répercussions... même pour les introduire dans le pays il y a toutes les taxes et le transport et toutes les personnes qui travaillent pour les livrer. » (Cornwall)</p> <p>« Envoyer du courrier a sauvé le bureau de poste, vraiment, et cela a aussi permis à d'autres entreprises indépendantes de s'implanter et de créer des emplois. » (Cornwall)</p> <p>« Là où je travaille, on essaie d'encourager, si quelqu'un nous demande un conseil sur ça, d'obtenir un concepteur ou un hébergeur de site web, si on doit recommander quelqu'un, on essaie de</p>	<p>❖ Part des achats auprès de fournisseurs ou de sous-traitants locaux (Voir CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.)</p> <p>❖ Part des femmes travaillant avec des fournisseurs ou sous-traitants locaux</p>

		<i>recommander quelqu'un de local. Je n'enverrai jamais personne dans une grande entreprise nationale. D'abord parce que si vous savez où la personne est, vous pouvez pratiquement frapper à leur porte et être sûr d'obtenir un bon service, mais permet aussi de garder l'argent dans l'économie locale, vous venez juste de dire au revoir à cet argent et il revient. Donc c'est vraiment important pour nous d'encourager à ce que si vous allez demander quelque chose, acheter une compétence ou un produit, ce soit localement. Et comme cela, évidemment il y a de l'argent dans l'économie et cela améliore le bien-être financier de tout le monde. » (Cornwall)</i>	
▪ Emplois induits	✓ Sous-traitance du travail domestique	« Je n'emploie personne dans mon entreprise, mais mon travail me permet d'en employer d'autres [jardinier, femme de ménage]. » (Hampshire)	❖ Part des femmes entrepreneures sous-traitant tout ou partie du travail familial (Voir CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.)
B. DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE DE SERVICES DE PROXIMITE (commerces, services à la personne, autres services...)			
▪ Recours à l'offre de proximité existante	✓ Les ménages des femmes entrepreneures sont des clients des services de proximité. Le revenu dégagé par leurs entreprises est réinvesti dans l'économie locale	« Je trouve que je prends plus de temps pour moi maintenant. Je prends plus de temps pour des massages ou pour une manucure ce que je ne faisais pas quand j'étais salariée. Je ne sais pas vous, mais je fais plus attention à moi... donc le développement des services de proximité. » (Hampshire)	
▪ Création de nouveaux services de proximité	✓ Les femmes entrepreneures contribuent à l'offre de services locaux de proximité et de produits locaux qui répondent aux besoins des habitants, notamment dans les zones rurales excentrées	« La présence de services de proximité, on en fait partie. » (Hampshire) « Plus il y aura de petites boutiques, plus les gens resteront faire leurs achats ici. C'est bien, ça répond à une demande », (Presqu'île Crozon). « Nous produisons un produit. Les gens peuvent acheter nos légumes, ce qui est bien. Ce sont des légumes locaux. (...) Mais en fait, les gens aiment ce qui est local... » (Cornwall) « C'est un produit local, l'argent reste dans l'économie locale. Vous faites probablement plus que ce que vous pensez. » (Cornwall)	❖ Nombre d'entreprises dirigées par des femmes dans le secteur du commerce de détail et des services aux particuliers ❖ Part de la clientèle locale dans le chiffre d'affaires (Voir CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.)
C. AMELIORATION DE L'OFFRE DE SANTE			

D. DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE EDUCATIVE			
<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une offre éducative liée aux compétences et savoir-faire mis en œuvre dans l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les femmes entrepreneures font bénéficier le territoire local de leurs compétences et savoir-faire 	<p>« A la ferme, les gens viennent pour voir comment ça se passe, pour apprendre. On a l'impression que certains découvrent. » (Côtes d'Armor)</p> <p>« C'est probablement assez surprenant de voir combien on fait pour la communauté à travers notre travail. Une partie de mon travail est évidemment le numérique et je travaillais pour une ONG sur l'inclusion numérique, mais en Cornwall, je couvrais tout le Royaume-Uni et je revenais en Cornwall pour faire des petites choses, mais j'allais avec les policiers dans les écoles pour parler aux enfants de ce qu'ils font sur internet, sur la sécurité en ligne, et parfois je parlais aux parents à propos de comment garder un œil sur les enfants, et que ce qui est sur Facebook reste sur Facebook, ce genre de choses. Donc en quelque sorte on fait des choses dans le sens des services de proximité sans même savoir que l'on aide, mais cette sorte de compétences en quelque sorte revient dans la communauté au compte-goutte, pas forcément comme partie intégrante de votre travail, mais vous avez ces compétences, donc vous les partagez. » (Cornwall)</p> <p>« Je suppose que mon activité est un service à la personne. Il y a beaucoup de jeunes, de jeunes groupes et musiciens qui viennent ne sachant pas vraiment s'ils devraient faire de la musique ou autre chose. Ils sont vraiment enthousiastes, ils veulent vraiment, demander qu'est-ce qu'on doit faire ?... Et donc j'essaie de les aider en leur disant ok, vous devez faire ça, ça, et ça, et je fais ça gratuitement parce que je veux les aider pour qu'ils soient meilleurs et plus compétents. Donc je suppose que mon service est d'aider les jeunes d'ici, et les aider à construire ce dont ils ont besoin pour qu'ensuite ils aillent approcher quelqu'un avec leur dossier de presse. Il faut une belle image, des extraits, il faut vraiment aller les aider avec quelques conseils. » (Cornwall)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Part des entreprises dirigées par des femmes proposant des activités éducatives et de sensibilisation (animations dans les écoles, visites)
<ul style="list-style-type: none"> • Remise en cause des stéréotypes de genre 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Par la création de leur entreprise, les femmes entrepreneures remettent en cause les stéréotypes de genre associant les femmes à l'espace privé et à la vie familiale 	<p>«Les femmes qui créent une entreprise sentent qu'elles ont un potentiel en elles, et réussir leur vie, ce n'est pas forcément gagner de l'argent, mais réussir à monter son projet. Moi je voulais aussi laisser cette image de la femme qui peut entreprendre. La femme veut montrer qu'elle est capable d'entreprendre. C'est dire à sa famille, aux gens qui viennent qu'on a réussi quelque chose. Quand on a une idée, il faut y aller. C'est donner l'envie d'entreprendre aux autres aussi. » (Côtes d'Armor)</p>	

E. AMELIORATION DES CONDITIONS DE L'EQUILIBRE ENTRE VIE PROFESSIONNELLE ET VIE PRIVEE			
<p>▪ Equilibre vie professionnelle – vie privée et « bien-être » des femmes entrepreneurs</p>	<p>✓ La création d'entreprise permet de bénéficier d'une plus grande flexibilité des horaires de travail, d'éviter les trajets domicile-travail et d'être plus épanouie dans son travail</p>	<p>« C'est la raison pour laquelle [la garde d'enfants] j'ai quitté mon emploi salarié et je suis passé à l'entrepreneuriat. C'est parce que je n'ai pas de soutien familial et tous mes amis travaillent et il n'y a pas de crèche à proximité. Et ça me coûtait plus cher de mettre mes enfants à la garderie avant et après l'école que de gagner quoi que ce soit. Et donc c'est la raison pour laquelle j'ai fait ça ; c'est pour pouvoir travailler, si mes enfants sont malades je n'ai pas besoin de travailler, si mes enfants ont une journée libre je peux travailler en soirée, je peux jongler un peu plus. C'est vraiment la raison pour laquelle je fais ça, mes enfants. » (Cornwall)</p> <p>« Il ne m'arrive jamais le matin de me lever et ne pas vouloir aller au travail. Je peux être fatigué, mais je ne veux jamais ne pas aller au travail, et j'ai eu d'autres emplois où je ne voulais pas aller travailler. Je ne me dis jamais au réveil 'Oh non je dois faire un savon aujourd'hui, j'ai du travail. » [fabricante de savon] (Cornwall)</p> <p>« Et je pense que le plus grand avantage est que je n'ai pas à faire le trajet avec tous ces trains, je n'ai pas à me lever avant 8 heures et m'asseoir pendant 40 minutes dans le M27. Je dis ça tous les matins, je pense que c'est merveilleux. » (Hampshire)</p> <p>« Je pense que oui, j'avais un emploi pour lequel je faisais 64 000 kilomètres par an. Et bien entendu en travaillant à la maison pour moi, je peux condenser tellement de travail sur une journée parce que je n'ai pas la distraction de bavarder, attendre que l'eau boue dans la salle du personnel, et je trouve que je peux travailler plus sur une courte durée parce que je n'ai pas à perdre de temps à faire des trajets et à discuter avec les collègues à propos de ce qu'on a regardé à la télévision la veille au soir. » (Hampshire)</p> <p>« Je pense qu'il serait intéressant de voir une étude sur la santé des entrepreneurs par rapport aux salariés, et leur niveau de stress, parce que je pense que la majorité des entrepreneurs sont globalement plus heureux. C'est ce que je pense. » (Cornwall)</p>	
<p>▪ Equilibre vie professionnelle – vie privée des habitant(e)s du territoire</p>	<p>✓ Les femmes entrepreneurs contribuent par leur offre de services dans les secteurs du social, de la santé, des loisirs et du tourisme à améliorer l'équilibre vie professionnelle-vie privée de leurs</p>	<p>« Je fais ça, améliorer l'équilibre vie professionnelle-vie privée des gens, en améliorant leur santé mentale et physique. » [psychologue](Cornwall)</p>	<p>❖ Part des entreprises dirigées par des femmes dans le secteur des services aux particuliers et, en particulier, du soin aux enfants et aux personnes âgées</p> <p>❖ Part des entreprises dirigées par des femmes dans les secteurs de la santé, des loisirs et du tourisme</p>

	clients		
F. AMELIORATION DE L'OFFRE DE LOGEMENTS			
		« C'est une chose sur laquelle j'aurais un impact, en encourageant plus de gens à louer leurs propriétés et leurs propriétés vides, plutôt que de les laisser vides, les utiliser comme un investissement. » [conseillère juridique auprès de propriétaires] (Cornwall)	❖ Part des entreprises dirigées par des femmes intervenant- dans le secteur des activités immobilières
G. DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE D'ACTIVITES CULTURELLES, SPORTIVES ET DE LOISIRS			
▪ Création d'une offre	✓ Proposition d'une offre d'activités culturelles, sportives et de loisirs qui renforce la capacité d'attractivité touristique du territoire	« J'ai des groupes qui arrivent de Hollande, qui viennent et font des concerts en Cornwall, en France, et quelqu'un qui vient d'Ecosse... Donc culturellement, amener des musiques différentes, et des cultures différentes en Cornwall et par le réseau, et envoyer mes groupes là-bas et ce genre de choses. Donc c'est une sorte d'échange d'apprentissage. » (Cornwall) « A la question sur les retombées de l'entreprise sur le territoire local, j'aurais dit : permet d'attirer du tourisme, de créer des emplois. (...) Certains endroits de Bretagne, il faut vraiment avoir envie d'y aller. Là-bas des activités de découverte ont été organisées pour les enfants qui viennent d'ailleurs, ça amène aussi un autre public. Ça participe aussi à dynamiser le territoire. » (Côtes d'Armor)	❖ Nombre d'entreprises intervenant dans le secteur des activités culturelles, sportives et de loisirs
H. AMELIORATION DE L'OFFRE DE TRANSPORTS			
I. RENFORCEMENT DU TISSU ASSOCIATIF			
▪ Création d'une offre	✓ Les femmes sont membres de réseaux et associations locales à la fois pour rompre l'isolement et développer leur réseau de partenaires et/ou de clients		❖ Nombre de femmes membres d'une ou plusieurs associations locales
	✓ Certaines femmes entrepreneures créent des associations ou des réseaux	« Je dirige un groupe en ligne appelé Women on the Business Stage (WOBS). J'ai commencé en mai dernier... C'est un endroit où l'on peut s'inscrire gratuitement et, bon, c'est pour effacer les barrières dans la société et dans l'entreprise... et on peut poser n'importe quelle question sur son entreprise ou plus personnelles, comment vendre, etc. ... Ça apporte beaucoup de soutien ; on a une conférence cette année aussi, donc on a des intervenants qui viennent, et on se réunit juste et on fait nos trucs. C'est juste très agréable, collaboratif, il n'y a pas de compétition, c'est assez merveilleux de voir comment le réseau s'est agrandi, tout le monde vient le rejoindre. »(Hampshire)	❖ Nombre d'associations présidés par des femmes entrepreneures
J. CONTRIBUTION A UN MEILLEUR RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT			
▪ Offre de produits ou de	✓ Production de produits respectant l'environnement	A titre d'exemple, produits agricoles bio et commercialisation des algues dans la Presqu'île de Crozon... « C'est légèrement ironique parce qu'on est biodynamiques, une sorte de produits biologiques	

services respectant l'environnement		<i>snobs, donc on paie une prime annuelle pour avoir notre certificat. Mais en fait, les gens aiment ce qui est local. » (Cornwall)</i>	
	✓ Développement d'activités autour de la protection de l'environnement :	Assainissement écologique ; éducation à l'environnement (découverte du littoral, nutrition des algues)...	❖ Nombre d'entreprises portées par une femme relevant du domaine de l'environnement
	✓ Mise en place de processus de production respectant l'environnement (tri des déchets ...)	<i>« Bon j'essaie aussi d'utiliser le moins de papier possible dans mon entreprise, je n'imprime pas, je n'envoie pas de copies papier, rien, sauf si je ne peux vraiment pas éviter, parce que c'est un problème de rangement. Je loue, je n'ai pas beaucoup d'espace, et donc je ne pouvais pas garder ces dossiers en format papier. Donc j'essaie d'utiliser le moins de papier possible. Et c'est aussi respectueux de l'environnement, mais ce n'est pas pour ça que j'ai commencé à le faire. » (Hampshire)</i>	
▪ Réduction des transports	✓ Réduction des déplacements motorisés domicile-travail	Exemple de la Presqu'île de Crozon où, compte tenu de la faiblesse de l'offre d'emplois locaux, les femmes devraient travailler sur Brest ou Quimper, à une heure de voiture. <i>« Donc en fait on aide à la préservation de l'environnement en ne prenant pas la M27. » (Hampshire)</i>	
	✓ Réduction du transport des marchandises grâce à la production de produits locaux destinés à la consommation locale	<i>« Mais ce sont aussi d'autres choses parce que ça n'a pas à être transporté en bateau sur des milliers de kilomètres, c'est un produit local, l'argent reste dans l'économie locale. Vous faites probablement plus que ce que vous pensez. » (Cornwall)</i>	
	✓ Réduction du transport des marchandises grâce au recours à des fournisseurs locaux	<i>« C'est parce qu'on ne bouge pas. Oui, c'est les déplacements. Les femmes cherchent la proximité des fournisseurs, c'est important dans les entreprises des femmes, privilégier le local. Quand on fait le choix de travailler ici, on ne fait pas des kilomètres», (Presqu'île de Crozon).</i>	
K. AMELIORATION DU NIVEAU DE SECURITE			

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

L'étude montre ainsi qu'il est possible de proposer des indicateurs pertinents pour la mesure du développement économique, social et culturel des territoires. La démarche entreprise reflète la volonté des partenaires du réseau B-NEW de réfléchir différemment au développement des territoires. Dans un contexte de crise et de remise en cause de la primauté de la croissance économique, la prise en compte de sources possibles de développement jusqu'ici négligées paraît essentielle. Les entreprises dirigées par les femmes, souvent de petite, voire de très petite taille, peuvent avoir une contribution économique limitée, que dévoilent les indicateurs conventionnels de performance économique. Toutefois, l'analyse met en évidence que ces entreprises apportent de multiples contributions, de nature différente, au développement de leur territoire d'accueil :

- l'entrepreneuriat féminin peut être la condition de l'arrivée et/ou du maintien des ménages dans des zones rurales éloignées des grands pôles d'emploi ;
- les entreprises dirigées par des femmes, même de petite taille, ont des effets économiques directs, indirects, et induits, pour les territoires ;
- l'entrepreneuriat féminin contribue au maintien et au développement de l'offre locale de services de proximité, mais également à la cohésion des territoires ;
- l'entrepreneuriat féminin renforce l'attractivité touristique du territoire.

CHAPITRE IV. CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE

L'enquête en ligne permet d'identifier les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures tant à la création de l'entreprise qu'actuellement. Les femmes ont également précisé la nature des appuis dont elles ont bénéficié au cours des deux dernières années, tant auprès de leur entourage qu'auprès de professionnels.

1. Les difficultés à la création

Interrogées sur les difficultés rencontrées à la création ou à la reprise de leur entreprise, les femmes entrepreneures retiennent en premier lieu :

- l'établissement des contacts avec la clientèle (57% des réponses) ;
- l'isolement en tant qu'entrepreneure (54% des réponses) ;
- la fixation des prix de leurs produits et services (44% des réponses).

Tableau 28. Les difficultés rencontrées à la création ou à la reprise de l'entreprise

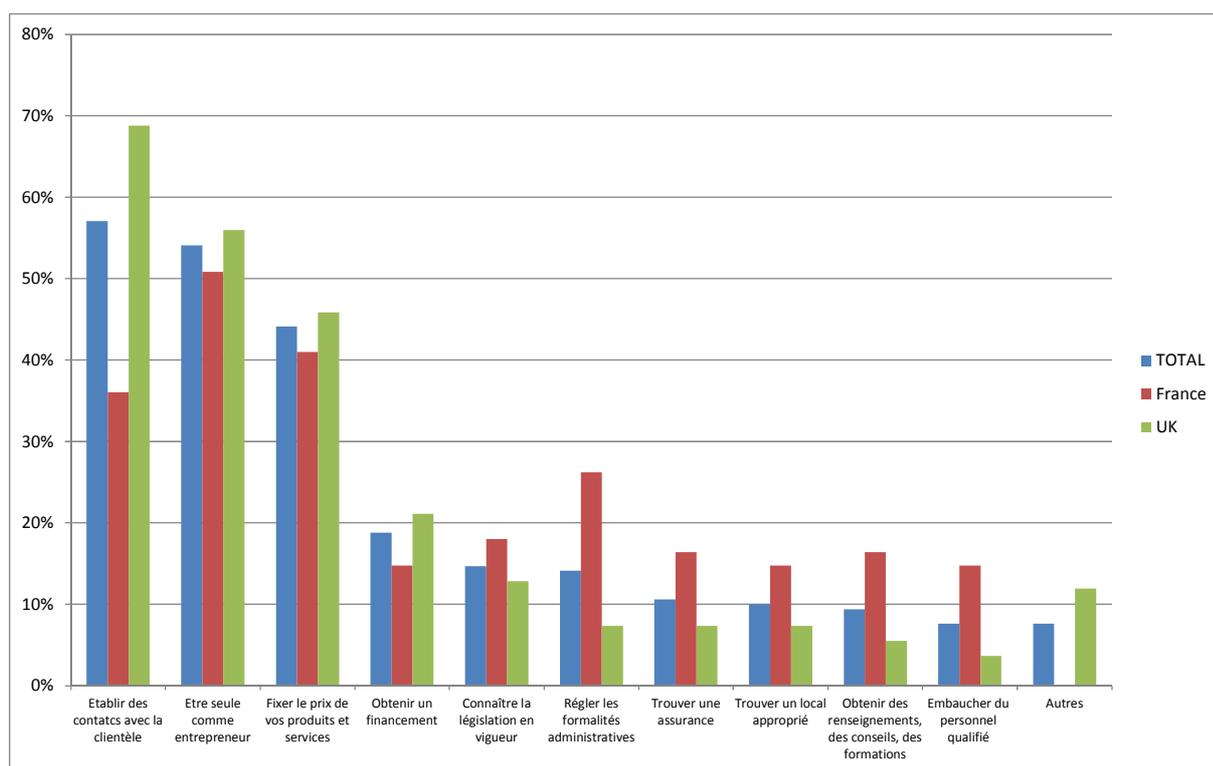
Les difficultés rencontrées à la création ou la reprise	TOTAL	France	UK
Etablir des contacts avec la clientèle	57%	36%	69%
Etre seule comme entrepreneur	54%	51%	56%
Fixer le prix de vos produits et services	44%	41%	46%
Obtenir un financement	19%	15%	21%
Connaître la législation en vigueur	15%	18%	13%
Régler les formalités administratives	14%	26%	7%
Trouver une assurance	11%	16%	7%
Trouver un local approprié	10%	15%	7%
Obtenir des renseignements, des conseils, des formations	9%	16%	6%
Embaucher du personnel qualifié	8%	15%	4%
Autres	8%	0%	12%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

L'obtention d'un financement, la connaissance de la législation en vigueur, la prise en charge des formalités administratives, la recherche d'une assurance, celle d'un local approprié, l'obtention de renseignements, de conseils, de formations, ou encore l'embauche de personnel qualifié leur apparaissent nettement moins souvent comme des obstacles à surmonter durant la période de création.

Des écarts significatifs peuvent être observés entre les entrepreneures françaises et anglaises. La moitié des femmes anglaises et françaises évoquent la difficulté liée au fait d’être seule comme entrepreneure et autour de 40% d’entre elles, celle liée à la fixation des prix. Mais près de 70% des femmes anglaises pointent des difficultés dans la prospection de clients et de marchés, contre seulement 36% des Françaises. De plus, les difficultés recensées par les entrepreneures anglaises apparaissent plus concentrées sur un nombre limité de difficultés. Six items rassemblent ainsi moins de 15% des répondantes. Les réponses des entrepreneures françaises sont davantage dispersées entre les différentes propositions de réponses : aucune proposition de réponse ne reçoit moins de 15% de réponses, le règlement des formalités administratives a notamment posé des difficultés à plus d’un quart des entrepreneures françaises, contre moins de 10% des entrepreneures anglaises⁴ ; l’embauche de personnel qualifié, 15% des réponses contre seulement 4% des femmes anglaises.

Figure 2. Les difficultés rencontrées à la création ou à la reprise de l’entreprise



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

⁴ L’étude réalisée dans le cadre du projet B-NEW par le cabinet Perfégat pointe déjà un rapport des entrepreneures françaises avec l’administration parfois difficile (complexité des formalités administratives, manque de réactivité, ...) qui n’est pas mentionnée par les entrepreneures anglaises. Voir Perfégat [2012], *Diagnostic comparé sur les dynamiques de l’emploi et de l’entrepreneuriat féminin dans le Hampshire, les Cornouailles, les Côtes d’Armor et le Finistère*, dans le cadre du projet B-NEW.

Les ateliers de travail organisés dans les quatre territoires partenaires du projet B-NEW ont permis aux femmes d'échanger sur les difficultés rencontrées à la création. La question de l'isolement en tant qu'entrepreneure a déjà été abordée dans les chapitres précédents. Être son propre patron permet aux femmes de gérer leur temps plus librement et d'éviter les longs trajets domicile-travail typiques des zones rurales où elles habitent. Dans le même temps, l'entrepreneuriat nécessite de s'imposer une discipline stricte pour maintenir l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, en particulier pour celles, nombreuses, qui travaillent à domicile ou gèrent une boutique. Les femmes qui travaillent seules, sans contact direct et journalier avec la clientèle, ressentent très majoritairement un sentiment d'isolement qu'elles cherchent à rompre en s'inscrivant dans des réseaux professionnels ou en participant à la vie associative locale.

La difficulté à établir des contacts avec la clientèle et, dans une moindre mesure, à fixer les prix des produits et des services, a en particulier retenu l'attention des entrepreneures anglaises. Les femmes s'interrogent sur leurs connaissances et leurs compétences commerciales. Les anciennes étudiantes en arts, design ou mode, n'ont notamment acquis aucune compétence commerciale au cours de leur formation. Certaines femmes peuvent créer des produits d'excellente qualité sans être préparées à les commercialiser. Les femmes se rendent compte, souvent *a posteriori* et grâce aux structures d'appui, que la conception d'un produit ou d'un service de qualité ne suffit pas à elle seule et qu'il convient également d'identifier un marché et de répondre à sa demande. La création d'une activité indépendante est la solution pour s'installer et/ou rester sur un territoire, mais celui-ci n'est pas forcément propice à la vente. Il peut être très difficile de vendre des produits de haute qualité dans des territoires ruraux appauvris par la crise, tel notamment les Cornouailles. De plus, l'inscription territoriale de l'entrepreneure peut avoir un effet sur le niveau des prix fixés en considérant le marché local comme le principal marché alors que les prix devraient d'abord être étudiés en fonction de ceux de la concurrence. Le manque de confiance en soi doublée de la crainte de ne pas pouvoir vendre localement peut amener les femmes à proposer des prix inadaptés et, notamment, sous-évalués par rapport aux charges.

2. Les difficultés actuelles

Sur les 230 entrepreneures qui ont répondu au questionnaire en ligne, 130, soit près de 60%, exercent leur activité d'entrepreneure depuis au moins deux ans. Questionnées sur leurs difficultés actuelles :

- la moitié d'entre elles (48%) pointe des difficultés commerciales liées à la recherche de débouchés et à la concurrence ;
- près d'un tiers (32%), des difficultés financières ;
- près d'un tiers (32%), des difficultés liées à la conciliation de leur vie professionnelle et leur vie familiale ;

tandis que les difficultés liées, d'une part, à la production, et d'autre part, aux ressources humaines, sont relevées par un peu plus d'une femme sur dix (11% dans les deux cas)

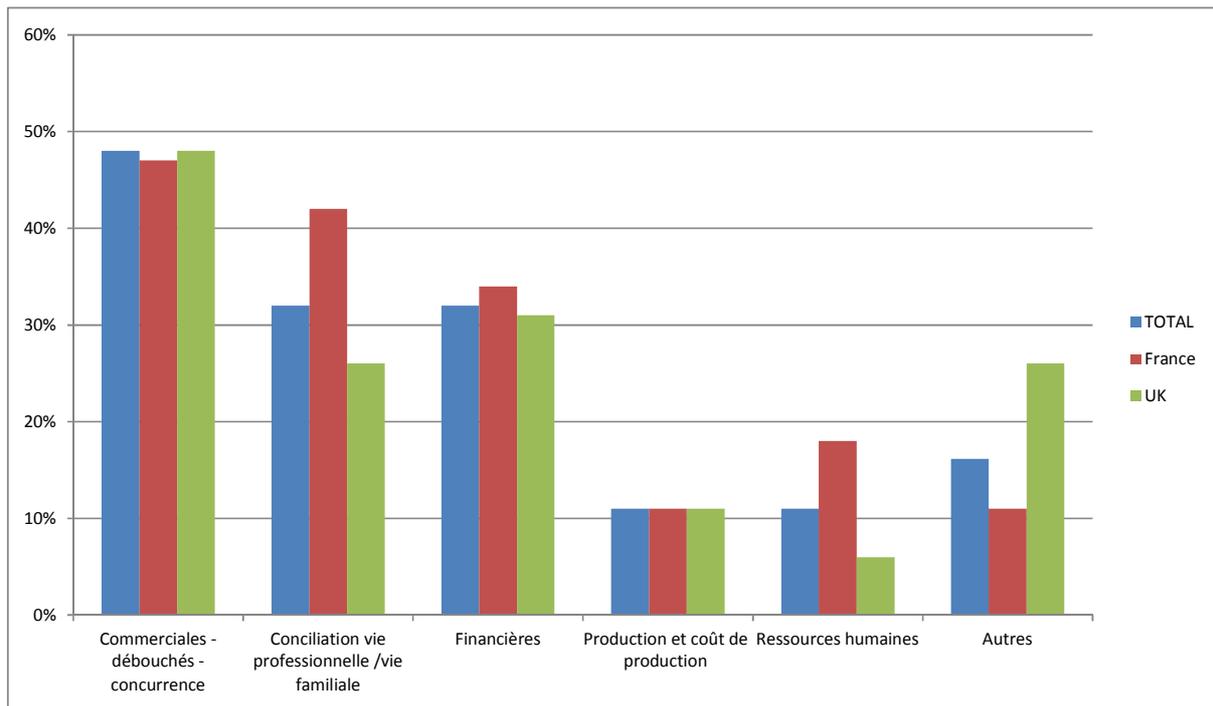
Tableau 29. Les principales difficultés actuelles

Pour les entreprises ou activités ayant au moins deux ans d'existence, les principales difficultés actuelles sont:	TOTAL	France	UK
Commerciales -débouchés -concurrence	48%	47%	48%
Conciliation vie professionnelle /vie familiale	32%	42%	26%
Financières	32%	34%	31%
Production et coût de production	11%	11%	11%
Ressources humaines	11%	18%	6%
Autres	16%	11%	26%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

Là encore des écarts significatifs peuvent être relevés entre la France et l'Angleterre. En France comme en Angleterre, près de la moitié des entrepreneures pointent des difficultés liées à l'activité commerciale, environ un tiers, des difficultés financières et autour d'une femme sur dix, des difficultés de production et/ou de coûts de production. Mais les Françaises, sans doute en raison de leur plus jeune âge (voir tableau 3), sont bien plus nombreuses à pointer des difficultés dans la conciliation de leur vie professionnelle et de leur vie familiale (42%, contre 32% pour les entrepreneures de Cornwall et du Hampshire). De même, elles sont plus nombreuses à rencontrer des difficultés liées à la gestion des ressources humaines alors qu'elles sont pourtant proportionnellement moins nombreuses à employer une ou plusieurs personnes (voir tableau 22).

Figure 3. Les principales difficultés actuelles



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

L'activité commerciale, la recherche de nouveaux débouchés, l'affirmation de ses produits et de ses services par rapport à la concurrence demeure même après plusieurs années la première difficulté des femmes entrepreneures, qu'elles soient françaises ou anglaises. La difficulté à vendre, à accroître les ventes et le chiffre d'affaires peut entraîner des difficultés financières et de trésorerie, mais aussi réduire la possibilité d'investissement notamment dans l'activité commerciale. Des femmes soulignent ainsi comment le manque d'argent ne permet pas de disposer de moyens suffisants pour se construire une image de marque. La question des compétences commerciales se pose même après plusieurs années d'existence de l'entreprise et l'empêche de se développer.

« C'était très difficile de vendre ; c'était très difficile de signer un contrat. En fait, j'étais capable de parler avec n'importe qui, et de dire ce qu'il fallait faire. Je vendais seulement aux hommes... mais je n'arrivais pas à faire des affaires, parce que je ne savais pas comment faire. Et je ne sais pas s'il y a une différence entre la façon dont les femmes et les hommes font des affaires... Il doit exister des techniques qu'on peut apprendre. » (Entrepreneure, Hampshire)

« Je me suis financée toute seule. On se retrouve à un palier où on devrait presque embaucher, mais il y a le risque de mettre en péril l'entreprise. Aujourd'hui, j'ai un projet de recherche, j'ai trouvé quelque chose, mais maintenant je n'ai plus de fonds pour investir. A force, je suis un peu découragée, lassée. » (Entrepreneure, Côtes d'Armor)

3. Aides à l'entrepreneuriat et développement de l'entreprise

Pour les aider face aux difficultés qu'elles affrontent dans la réalisation de leur projet entrepreneurial, la très grande majorité des femmes reçoivent un appui extérieur. Moins d'une femme sur cinq (16%) annonce n'avoir bénéficié d'aucun appui au cours des deux dernières années. L'aide vient d'abord du réseau familial et relationnel :

- près d'une femme sur deux a reçu une aide de son conjoint (44% d'entre elles) ;
- une sur trois, d'une ou plusieurs personnes de sa famille ou de son entourage personnel (34%).

Mais des professionnels jouent également fréquemment un rôle de soutien, que cela soit de façon informelle ou formelle, gratuite ou payante. Au cours des deux dernières années,

- un tiers des entrepreneures ont bénéficié de l'aide d'une ou plusieurs personnes de leur entourage professionnel ;
- un tiers, d'un ou plusieurs professionnels spécialisés ;
- tandis que 40% des femmes ont été suivies par une ou plusieurs structures dédiées à la création ou à l'accompagnement des entreprises.

Tableau 30. L'appui reçu au cours des deux dernières années

L'appui reçu au cours des deux dernières années	TOTAL	FR	UK
De votre conjoint	44%	51%	40%
D'une ou plusieurs personnes de votre famille ou de votre entourage personnel	34%	31%	36%
D'une ou des personnes de votre entourage professionnel	35%	23%	42%
D'un ou plusieurs professionnels spécialisés (avocat, comptable...)	33%	31%	34%
D'une ou de structures dédiées à la création ou à l'accompagnement d'entreprise	40%	48%	35%
Autres soutiens	9%	9%	9%
Aucun soutien	16%	14%	17%

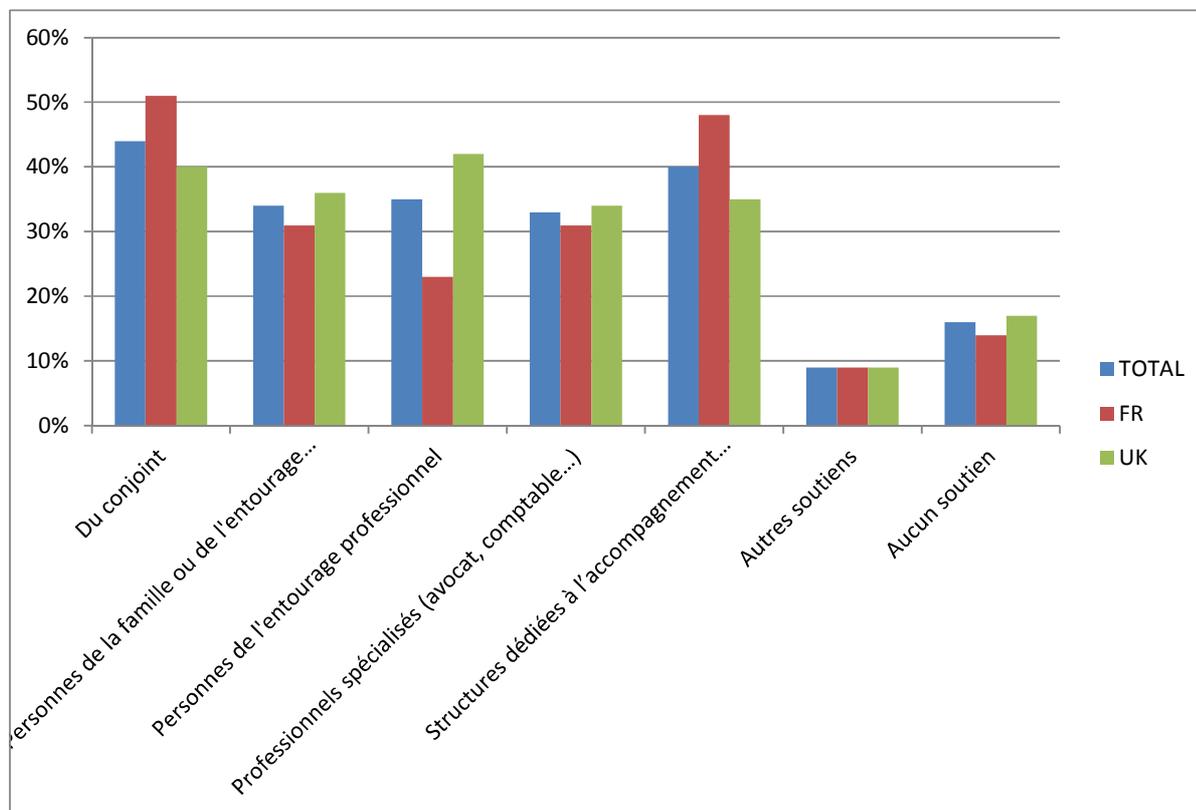
Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014

La question posée dans le questionnaire était la suivante : « Au cours des deux dernières années, avez-vous bénéficié de l'appui (conseil, information, soutien logistique ou financier...) de ...? »

Les Françaises sont à la fois plus nombreuses à avoir reçu de l'aide de leur conjoint (51% d'entre elles contre 40% pour les Anglaises) et à avoir été suivies par une ou plusieurs structures dédiées à la création ou à l'accompagnement d'entreprises (48% d'entre elles contre 35% pour les Anglaises). À l'inverse, les Anglaises ont bien plus fréquemment été

aidées par une ou des personnes de leur entourage professionnel (42% d'entre elles contre seulement 23% pour les Françaises, soit un écart de près de 20 points).

Figure 4. L'appui reçu au cours des deux dernières années



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014*

La question posée dans le questionnaire était la suivante : « Au cours des deux dernières années, avez-vous bénéficié de l'appui (conseil, information, soutien logistique ou financier...) de ...? »

Les collectivités territoriales et les structures d'accompagnement ont été invitées à communiquer la nature de leurs aides visant à encourager l'entrepreneuriat, ainsi que leurs critères d'attribution. 24 descriptions de dispositifs nous sont parvenues : 9 pour les Côtes d'Armor (Conseil Général), 7 pour le Finistère (Conseil Général, Technopole Quimper Cornouaille, Bretagne Active et Communauté de Communes de la Presqu'île de Crozon) et 8 pour les Cornouailles (Cornwall Development Compagny, Outset Cornwall et Grow Cornwall).

L'analyse des aides locales à l'entrepreneuriat et, en particulier, de leurs critères d'attribution, permet de réfléchir aux critères susceptibles de limiter leur accès aux femmes entrepreneures. Quelques dispositifs sont réservés aux seules femmes et s'inscrivent dans une politique de discrimination positive. D'autres groupes peuvent être concernés par de telles politiques positives : à titre d'exemple, les allocataires du revenu minimum d'insertion (Finistère), les plus de 50 ans ou les chômeurs de longue durée (Corwall). Les autres aides ne

sont jamais réservées aux seuls entrepreneurs hommes. Toutefois, elles peuvent de manière indirecte aboutir, dans la pratique, à l'exclusion des femmes du fait des spécificités de l'entrepreneuriat féminin. La mise en œuvre d'une analyse genrée des dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat amène à se poser une double question. Les critères d'accès peuvent-ils se révéler indirectement défavorables à l'entrepreneuriat féminin :

- compte tenu des caractéristiques spécifiques des femmes entrepreneures, comparées aux hommes entrepreneurs (âge, niveau de diplôme, situation vis-à-vis de l'emploi, niveau de revenus...),
- mais également des caractéristiques particulières des entreprises créées, reprises ou développées par les femmes, comparées aux hommes (secteurs d'activité, degré d'innovation, taille, importance des financements nécessaires...).

L'analyse genrée des dispositifs amène ainsi à mettre en regard les critères d'attribution des aides avec les différences significatives observées dans le profil et les entreprises des femmes entrepreneures et ceux des hommes entrepreneurs.

L'âge est un premier critère susceptible de pénaliser les femmes. Ainsi, à titre d'exemple, un critère réservant une aide aux entrepreneurs de moins de 31 ans peut être indirectement défavorable aux femmes dans la mesure où les femmes créent leur entreprise plus tard que les hommes, en raison des maternités. L'introduction d'une limite d'âge doit, à ce titre, soit tenir compte des maternités féminines (repousser la limite d'âge pour les femmes), soit ne pas être retenue comme critère d'attribution des aides à l'entrepreneuriat.

Certains dispositifs s'adressent aux entreprises de tous les secteurs d'activité ; d'autres sont uniquement destinés aux entrepreneurs développant leur activité dans un ou plusieurs secteurs précis, à titre d'exemple : l'agriculture, le tourisme, l'industrie, le commerce et les services aux particuliers, ou encore l'économie sociale et solidaire. La polarisation de dispositifs sur un ou plusieurs secteurs précis renvoie à une stratégie politique de développement des secteurs jugés stratégiques pour l'avenir du territoire. Il n'en reste pas moins que pour des raisons tenant notamment à leur trajectoire scolaire, les femmes et les hommes développent des entreprises dans des secteurs d'activité différenciés. Les femmes sont ainsi surreprésentées dans les domaines des services, banque-finances-assurances, santé, enseignement et action sociale, mais par contre sous-représentées dans la construction, l'industrie, les transports et la logistique. Indirectement, des aides sectorielles peuvent donc pénaliser les femmes. Ainsi, l'octroi d'aides importantes pour relancer le secteur du bâtiment peut se comprendre dans une stratégie de développement économique, mais très peu de femmes entrepreneures en profiteront.

Quelques dispositifs n'introduisent aucun critère lié au secteur d'activité, mais s'adressent aux entreprises dites « innovantes ». Le critère de l'innovation a donné lieu à débat dans les deux territoires français. Des femmes entrepreneures et certaines structures de soutien considèrent en effet que le critère de l'innovation, tel qu'il est aujourd'hui conçu dans la politique de soutien à l'innovation, encourage l'innovation technique et l'investissement financier et, par suite, les projets entrepreneuriaux masculins, au détriment de l'innovation sociale qui favoriserait davantage les entreprises dirigées par les femmes.

Le critère d'attribution lié au statut juridique a également retenu l'attention des entrepreneures françaises. Plusieurs dispositifs sont en effet réservés aux seules entreprises et excluent les auto-entrepreneures. Cette question a été soulevée dès les premiers ateliers de travail. Les femmes auto-entrepreneures ne comprennent pas qu'elles puissent être exclues de telles aides, notamment locales. De leur côté, les collectivités territoriales ne souhaitent pas privilégier un statut qui leur apparaît peu sûr, voire précaire. De la même manière, les structures de soutien à l'entrepreneuriat considèrent que l'autoentreprise est fragile en raison du manque d'accompagnement préalable à la création.

« J'ai entendu souvent me dire "je ne veux pas sortir du statut d'autoentrepreneur, je suis à la limite du chiffre d'affaires, mais je ne veux pas changer". L'autoentreprise est une bonne solution pour un complément de revenu, ou alors comme une période test vers l'entrepreneuriat classique. Ce n'est pas une solution à long terme. Parfois, il y a des autoentrepreneurs qui se plantent parce qu'ils ne sont pas préparés à basculer vers la société ; il manque de l'accompagnement. », (structure de soutien, Finistère).

Les termes du débat sont un peu différents en Angleterre où le statut d'autoentrepreneur n'existe pas à proprement parler. Mais plusieurs femmes ont exprimé leur réticence face au modèle d'entreprise que les politiques publiques privilégient. Les entrepreneures anglaises émettent plusieurs critiques à propos du dispositif de soutien à l'entrepreneuriat. Elles regrettent la disparition de la *Business Link* qui constituait une passerelle d'information de qualité pour une orientation vers les structures support appropriées. Soulignant les récents recrutements de professionnelles, les Anglaises considèrent que les conseillers restent toutefois encore très souvent « *des hommes blancs d'âge moyen* ». Enfin et surtout, la plupart des aides visent à investir dans des entreprises susceptibles de créer des emplois et de contribuer à la croissance du PIB. Le contexte de crise et la diminution des fonds publics ont accéléré cette tendance, au détriment de nombreuses entrepreneures qui ne veulent pas nécessairement développer leur entreprise.

« Certaines femmes veulent seulement une entreprise qui leur permet de gagner leur vie, et elles peuvent avoir un peu peur de toute cette terminologie (« croissance », par exemple). Elles ont eu une super idée ou elles ont développé un super produit, et c'est ce qu'elles veulent faire, elles ont le sens des affaires... mais elles veulent juste gagner leur vie, vous voyez, elles ne veulent pas transformer leur entreprise en une très grande organisation qui emploie beaucoup de personnel. Moi, ce n'est pas ce que je veux. » [Entrepreneure, Hampshire].

« Si vous regardez le conseil d'administration de Solent LEPs [un partenariat d'entreprises locales], il n'y a pratiquement que des grandes entreprises, des hommes d'un certain âge qui sont représentés, ce genre de choses. Du coup, l'idée de soutenir des entreprises dirigées par des femmes, des petites entreprises qu'elles ont créées pour gagner leur vie ou des entreprises qui sont en train de se développer, vous voyez, qui se développent un peu mais qui n'embauchent pas forcément 200 personnes en 3 ans, et bien la stratégie régionale du gouvernement, sa stratégie de localisation ne concerne pas ces entreprises-là. », [Représentante d'une agence de soutien, Hampshire].

En s'engageant dans un projet entrepreneurial, les femmes souhaitent souvent privilégier un mode de vie basée sur une certaine liberté, l'autonomie dans le travail et l'équilibre de leur vie professionnelle et de leur vie familiale. Leur objectif n'est pas de créer des emplois en nombre et de devenir la dirigeante d'une entreprise importante. Les entrepreneures anglaises soulignent ne pas être prêtes à s'endetter pour investir dans leur entreprise : le contexte économique ne les y pousse pas, compte tenu du haut niveau de chômage. Au cours des ateliers de travail dans les deux territoires bretons, plusieurs entrepreneures françaises ont pareillement exprimé la réticence à investir dans l'entreprise, afin de protéger la famille des risques liés à l'endettement. L'interrogation sur les formes de développement des entreprises se pose ainsi en France comme en Angleterre : nombre de femmes entrepreneures défendent le modèle d'une petite entreprise permettant un certain mode de vie tout en contribuant au développement du territoire, non par des emplois directs en nombre, mais par le recours à des fournisseurs et sous-traitants locaux et la dynamisation de l'offre de services de proximité (cf. chapitres précédents).

CHAPITRE V. AGIR POUR DEMAIN

Ce cinquième chapitre présente :

- d'une part, les demandes de soutien à leur activité exprimées individuellement par les femmes au cours de l'enquête en ligne ;
- d'autre part, les recommandations élaborées collectivement au cours des ateliers de travail pour soutenir l'entrepreneuriat féminin.

1. Les demandes individuelles de soutien

Pour les soutenir dans leur démarche entrepreneuriale et les aider à affronter les difficultés qu'elles rencontrent aujourd'hui pour créer ou développer leur activité, les femmes entrepreneures sollicitent en premier lieu un soutien dans la prospection de nouveaux marchés. Elles sont en cela parfaitement cohérentes avec les réponses fournies précédemment dans l'enquête en ligne qui pointaient leurs difficultés à nouer des contacts avec la clientèle, à fixer leurs prix et à développer une activité commerciale (cf. tableaux 28 et 29 pages précédente). L'accès à des structures de conseil, la rencontre avec d'autres entrepreneurs, hommes ou femmes, et l'accès à des facilités de trésorerie sont également demandés par environ un tiers des femmes interrogées, anglaises et françaises cumulées. Les autres propositions, – accès à des formations professionnelles, soutien dans l'accès à des sources de financement, rencontre avec des femmes entrepreneures –, retiennent l'intérêt d'environ un quart des entrepreneures, anglaises et françaises là-encore cumulées.

Tableau 31. Les demandes de soutien

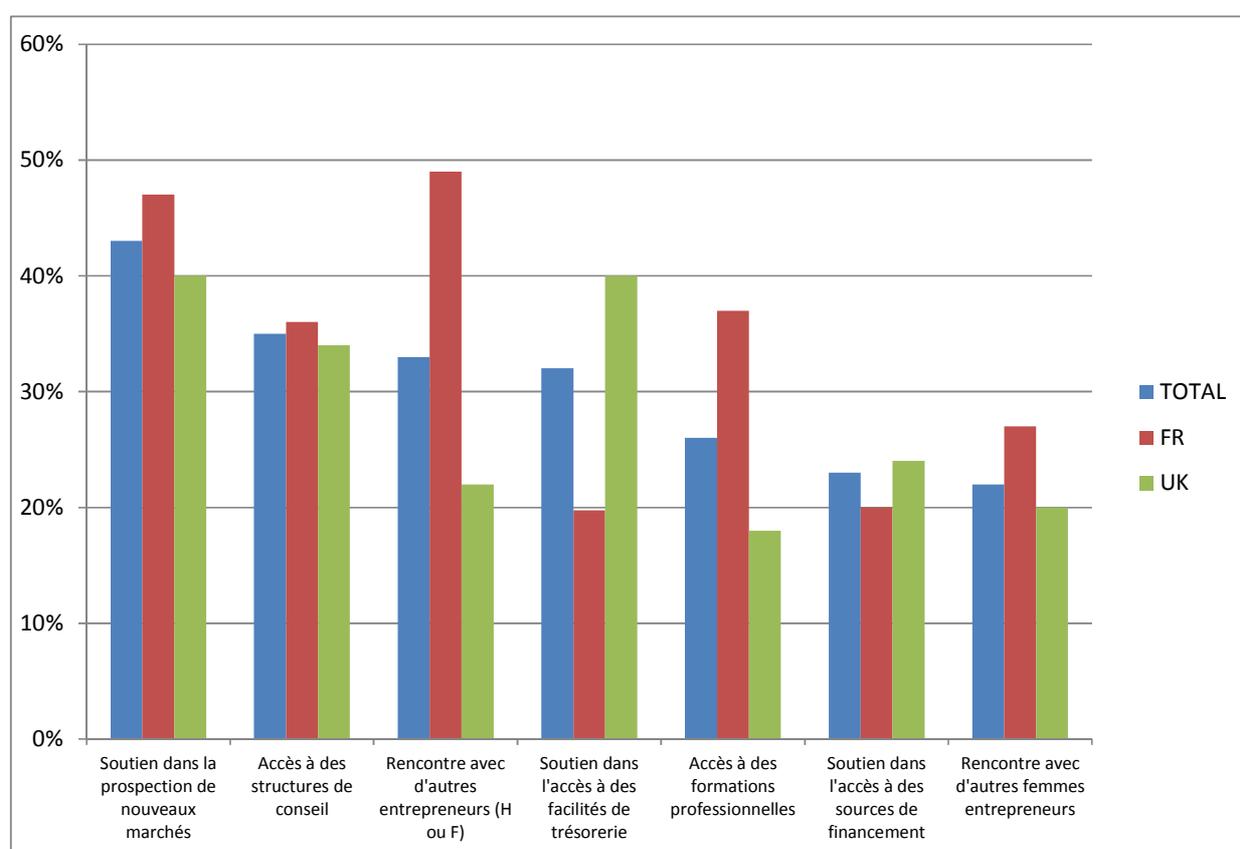
Les actions prioritaires à mettre en place	TOTAL	FR	UK
Soutien dans la prospection de nouveaux marchés	43%	47%	40%
Accès à des structures de conseil	35%	36%	34%
Rencontre avec d'autres entrepreneurs (H ou F)	33%	49%	22%
Soutien dans l'accès à des facilités de trésorerie	32%	20%	40%
Accès à des formations professionnelles	26%	37%	18%
Soutien dans l'accès à des sources de financement	23%	20%	24%
Rencontre avec d'autres femmes entrepreneurs	22%	27%	20%

Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

La question posée dans le questionnaire était la suivante : « A votre avis, quelles sont les actions prioritaires à mettre en place pour vous aider aujourd'hui à créer ou à développer votre entreprise » ?

Les entrepreneures françaises se distinguent des Anglaises par leur propension à solliciter des rencontres avec d'autres entrepreneurs, dans le cadre de rencontres mixtes (49% d'entre elles contre seulement 22% pour les Anglaises), mais également de rencontres avec d'autres femmes entrepreneures (27% d'entre elles contre 20% pour les Anglaises). La demande de rencontre apparaît donc particulièrement forte pour les Françaises. Les entrepreneures anglaises se distinguent pour leur part par la fréquence de leur demande de soutien dans l'accès à des facilités de trésorerie, cette demande étant énoncée par 40% d'entre elles, contre seulement 20% pour les Françaises.

Figure 5. Les demandes de soutien



Source : CRÉDOC-Kingston University, enquête B-NEW 2014.

La question posée dans le questionnaire était la suivante : « A votre avis, quelles sont les actions prioritaires à mettre en place pour vous aider aujourd'hui à créer ou à développer votre entreprise ? »

Les femmes entrepreneures se sont exprimées individuellement au cours de l'enquête en ligne sur les actions prioritaires à développer pour les aider à créer ou développer leur entreprise. Dans un second temps, les ateliers de travail, animés par le CRÉDOC et la Kingston University, ont permis à ces femmes et aux organismes de soutien, auxquels se sont associées les collectivités territoriales dans les deux territoires bretons, d'élaborer des

propositions collectives visant à encourager l'entrepreneuriat féminin. Ces propositions s'articulent autour de deux grands axes :

- d'une part, l'action contre les préjugés sexistes,
- d'autre part, l'accompagnement des entrepreneures proprement dit,

présentés dans les deux points suivants.

2. Lutter contre les préjugés sexistes

L'entrepreneuriat féminin est aujourd'hui limité par le maintien de stéréotypes sexistes toujours prégnants. Il est donc nécessaire de mener des actions en amont pour déconstruire les préjugés et les représentations freinant les projets entrepreneuriaux des femmes.

✓ Valoriser l'image de la femme entrepreneure auprès du grand public

Propositions :

- Intégrer la dimension de l'entrepreneuriat féminin à toutes les actions de communication visant l'égalité professionnelle et la mixité des métiers ;
- Diffuser des témoignages de femmes entrepreneures ainsi que des données sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin afin de réduire le déficit de modèles féminins de réussite dans l'entrepreneuriat

✓ Sensibiliser les filles à l'entrepreneuriat et favoriser l'expérience entrepreneuriale dans l'enseignement

Il s'agit de sensibiliser les filles à l'entrepreneuriat afin qu'elles y voient une possibilité professionnelle qui leur est ouverte aussi bien qu'aux garçons, et de lutter contre l'autocensure.

Recommandations, dans le cadre du partenariat avec les établissements d'enseignement :

- proposer aux établissements scolaires l'intervention de femmes entrepreneuses et/ou la visite d'entreprises créées par les femmes ;
- soutenir les projets entrepreneuriaux ou de création de mini-entreprises intégrant des jeunes filles ;

-
- promouvoir l'enseignement à l'entrepreneuriat et la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur, notamment dans les filières universitaires féminisées, en partenariat avec les entreprises et les structures de soutien à l'entrepreneuriat.

✓ **Participer à la déconstruction des stéréotypes sexistes auprès des acteurs économiques**

Au cours des ateliers de travail, les entrepreneures, françaises ou anglaises, ont à différentes reprises souligné qu'une femme entrepreneure n'est souvent pas prise au sérieux au même titre qu'un homme entrepreneur. Ce constat se vérifie dans les contacts avec les clients mais également dans ceux avec les chambres consulaires ou les syndicats professionnels, si ce n'est dans les structures d'appui à l'entrepreneuriat.

« Ça m'est arrivé à des réunions, à une réunion avec des clients ; la plupart de mes fournisseurs sont des hommes, un homme qui travaille avec moi m'avait accompagnée et ils l'ont salué en premier alors que c'est moi qui dirige la boîte, j'étais venue pour leur faire une proposition et mon nom était tout en bas de la page. Ils ont salué mon collègue et ils lui ont dit « Bienvenue, ravis de vous voir. Oh, c'est la personne qui s'occupe du marketing ? ». Et donc c'est contre ça qu'on [les femmes entrepreneures] se bat tout le temps : on n'est pas prises au sérieux en tant que femmes d'affaires parce que nous sommes des femmes. » [Entrepreneur, Cornwall]

Il s'agit donc d'engager des actions de sensibilisation des acteurs économiques (chambres consulaires, syndicats professionnels, réseaux d'entreprises, structures de soutien à l'entrepreneuriat...) à l'importance et aux réalités de l'entrepreneuriat féminin. Elles permettront de favoriser l'intégration des femmes dans les organismes et réseaux professionnels.

3. Mieux accompagner les femmes entrepreneures

✓ **Sensibiliser les professionnels des collectivités territoriales, des chambres consulaires et des structures de soutien aux spécificités de l'entrepreneuriat féminin**

L'objectif des actions engagées sera de favoriser la bonne orientation des femmes lors du premier accueil et d'améliorer la qualité de leur accompagnement.

✓ **S'assurer que les aides à l'entrepreneuriat bénéficient aux femmes à égalité avec les hommes,**

Il s'agit d'éviter l'introduction de critères pénalisants pour les femmes concernant en particulier :

- l'âge (l'introduction d'un critère d'âge peut pénaliser les femmes qui créent leurs entreprises plus tardivement que les hommes, notamment en raison des maternités) ;
- la taille de l'entreprise (un seuil minimal peut pénaliser les femmes qui dirigent plus souvent que les hommes des petites et très petites entreprises) ;
- le secteur d'activité (les femmes investissent préférentiellement certains secteurs d'activité tels le commerce, les services, l'enseignement, la santé et le social, au détriment d'autres plus masculins, comme celui de la construction).

Mais il convient également d'établir des données sexuées sur les bénéficiaires de ces aides. De telles données permettront de vérifier si les femmes ont effectivement accès aux aides.

✓ **Mieux informer les femmes entrepreneures sur les aides nationales et locales à la création, à la reprise et au développement d'activité**

Les entrepreneures et les structures support du territoire de Cornouailles regrettent notamment la disparition de 'Business Link' qui permettait aux femmes ayant un projet de création ou de développement de leur activité de disposer d'une plate-forme d'information unique sur les services de soutien existant qui étaient à un moment une cinquantaine sur le territoire.

Il s'agit donc de centraliser les informations pour permettre aux femmes occupées par leur entreprise d'avoir facilement accès à l'information et de pouvoir rapidement se mettre en contact avec la structure adaptée à leur demande.

✓ **Soutenir les efforts de prospection commerciale des femmes entrepreneurs**

Les résultats de l'enquête en ligne montrent l'importance des difficultés liées au bon engagement de l'activité commerciale : prise de contact avec les clients, fixation des prix, marketing... Les femmes entrepreneures expriment un besoin de formation dans ce domaine auquel leur formation initiale ne les a pas préparées. Mais elles souhaitent également pouvoir s'inscrire dans les actions de promotion d'ores et déjà organisées à la l'échelle du territoire. Les femmes dirigeant des entreprises le plus souvent de petite taille, il s'agit

également de réfléchir au moyen de mutualiser les opportunités et les moyens dans une optique de prospection commerciale hors du territoire local.

Propositions :

- Favoriser de façon systématique la visibilité de l'entrepreneuriat féminin, de ses produits et de ses services, dans les actions de promotion des entreprises du territoire ;
- Mettre en place des salons et manifestations commerciales à l'échelle du territoire, accessibles aux petites et très petites entreprises ;
- Renforcer l'offre de formations au commercial (identification des besoins du marché, élaboration de l'offre, fixation des prix, prospection, définition des actions commerciales, vente, négociation...) et adapter leur contenu et leur coût aux petites et très petites entreprises, notamment en *e-learning*.

✓ **Favoriser la pérennité et le développement des petites et très petites entreprises portées par des femmes**

La pérennité et le développement des entreprises reposent sur le renforcement de la confiance en soi des entrepreneures, leur acquisition des compétences entrepreneuriales, l'identification du potentiel de l'entreprise, le renforcement des possibilités de développement de l'activité, ...

Propositions :

- Soutenir les réseaux de femmes entrepreneures, mais également l'insertion des femmes dans les réseaux professionnels mixtes

On a beaucoup parlé au cours des ateliers de travail de l'importance pour les femmes d'appartenir à des réseaux. Il a été suggéré que les réseaux féminins sont bénéfiques dans la phase de création où il est important de prendre confiance en soi dans des relations professionnelles amicales. Ces réseaux sont également essentiels pour rompre l'isolement lié à une activité menée en solitaire et souvent à la maison. Plusieurs femmes déclarent ne pas se sentir à l'aise dans des réseaux mixtes, mais ceux-ci apparaissent toutefois complémentaires : ils sont notamment utiles pour développer l'activité commerciale : les femmes ne peuvent pas axer leur activité juste sur une clientèle féminine.

« J'appartiens à un réseau de femmes et j'essaie de développer au maximum mon réseau. (...) Et c'est intéressant de voir que, quand je fais du réseau dans les groupes où il n'y a que des femmes, contrairement aux groupes mixtes avec les hommes, en trois ans et demi que je dirige mon entreprise, j'ai créé des liens beaucoup plus forts et sans doute plus lucratifs avec ces groupes réservés aux femmes, avec les professionnelles qui font partie de ces groupes. Et je viens de réaliser que les relations professionnelles qu'on peut avoir avec les femmes sont beaucoup plus solides. Je ne sais pas ce qui est en nous, si nous sommes plus ouvertes ou seulement solidaires entre nous, mais c'est sûr que j'ai vu une différence. La façon dont les femmes créent des liens professionnels et se font des relations, c'est très différent de la façon dont les hommes le font. Et il y a beaucoup d'enjeux autour de ces relations et du soutien qu'on peut recevoir d'autres personnes, et des personnes qui font partie de ces organisations d'entraide : se faire des relations, c'est vraiment le plus important. »
[Entrepreneure, Hampshire]

« C'est important d'avoir les deux. Pour le soutien, le partage et ce genre de choses, il faut faire jouer les réseaux de femmes et quand vous voulez faire des affaires et acquérir de nouveaux clients, il faut aller dans des réseaux mixtes. »
[Représentante d'une agence de soutien, Hampshire]

- Développer des réseaux de mentorat (ou tutorat) sur la base d'une mobilisation des femmes entrepreneures ayant une expérience confirmée (ateliers thématiques et/ou relation individualisée entre marraine et filleule)

Le mentorat peut aider les femmes qui veulent créer leur entreprise à comprendre leur environnement entrepreneurial et à construire leur confiance. Certaines entrepreneures souhaitent bénéficier du soutien d'une femme ; d'autres privilégient la qualité du tuteur, peu leur importe qu'il s'agisse d'une femme ou d'un homme.

« Je pense qu'en général, les femmes sont plus bienveillantes avec les autres femmes. (...) C'est un environnement plus accueillant qui permet d'apprendre à avoir confiance en soi. J'ai vu des jeunes filles de 18 ans qui ont été envoyées ici pour représenter leur patron, et je les ai vues prendre de plus en plus confiance en elles, parce qu'elles ont besoin de cette confiance pour revenir ensuite vers les hommes et faire des affaires avec eux. » [Entrepreneure, Hampshire]

« L'important, c'est de trouver le bon mentor, peu importe que ce soit un homme ou une femme, il faut trouver quelqu'un avec qui on peut construire cette relation. » [Entrepreneure, Hampshire]

- Créer localement des banques féminines d'échanges de compétences entrepreneuriales (questions juridiques, connaissance des instruments financiers, commercial, développement de l'activité...).

La création de banques d'échanges de compétences permettrait de valoriser les savoir-faire diversifiés des femmes entrepreneures à l'échelle d'un territoire, tout en offrant à certaines des opportunités commerciales. Par exemple, une juriste en freelance pourrait donner des avis juridiques à une consultante qui l'aiderait à son tour dans son approche marketing. Cela permettrait à de petites entreprises qui ne disposent pas de moyens financiers pour bénéficier de services professionnels de qualité d'accéder à des conseils adaptés. De telles initiatives pourraient se développer dans le cadre des réseaux existants.

✓ **Offrir aux femmes entrepreneures des solutions adaptées de garde et de prise en charge du travail familial**

La conciliation des temps de vie privés et professionnels est une problématique qui se pose aux femmes entrepreneures. Elle concerne pour les femmes jeunes, la garde des enfants, mais également pour les femmes plus âgées, le soin aux personnes âgées.

« Je sais, c'est un très gros challenge. J'ai fini par m'occuper du père de mon conjoint... Et vous savez, ce serait sûrement utile de persuader plus de femmes de monter des entreprises de soins, parce qu'aujourd'hui c'est impossible d'avoir quelqu'un qui vient chez vous, même pour un seul jour, quand vous devez aller à une réunion à Londres ou quelque chose comme ça. Si vous bénéficiez du bouquet standard d'aide aux soins à domicile, vous avez une demi-journée par mois et ça tombe toujours le jeudi après-midi... ce genre de flexibilité qu'on a pour s'occuper des enfants, où on a des services privés de garde, vous ne pouvez pas l'avoir pour les personnes âgées. Et si vous avez quelqu'un qui a des pertes de mémoire ou qui est incontinent d'une manière ou d'une autre, c'est presque impossible de le soutenir. », [Entrepreneure, Hampshire]

Propositions :

- Soutenir la création d'offres ponctuelles de garde d'enfants (et/ou de prise en charge du travail familial) afin de permettre aux femmes entrepreneures d'affronter des périodes de fort investissement professionnel (fluctuation de l'activité, activité commerciale, formation...). Cette création pourra elle-même contribuer à la création de nouvelles activités portées par des femmes.
- Créer des espaces de co-working, ou des pépinières intégrant des micro-crèches pour l'aide à la conciliation des temps de vie

CHAPITRE VI. ARGUMENTAIRE ET RECOMMANDATIONS

Investissant des secteurs d'activité différents de ceux des hommes, dans des entreprises de plus petite taille, les femmes ne représentent aujourd'hui que 30% des créateurs d'entreprise. Or l'entrepreneuriat féminin constitue un potentiel de croissance et une opportunité à la fois pour l'emploi des femmes et le développement des territoires.

1. L'entrepreneuriat féminin : un atout pour nos territoires

La plupart des femmes entrepreneures interrogées⁵ ont créé leur activité là où elles habitaient. Leur entreprise valorise les ressources du territoire local : en premier lieu, son potentiel touristique, son image de marque et la qualité de son environnement naturel. L'entreprise s'appuie sur le territoire. Elle a, en retour, des impacts positifs sur le territoire.

a) Une source d'emplois

La création d'entreprise permet aux femmes de créer leur propre emploi et s'avère souvent être la condition pour s'installer ou rester vivre dans des territoires ruraux offrant peu d'opportunités d'emplois salariés. L'entrepreneuriat féminin constitue ainsi le moyen de « s'installer ou rester vivre au pays ».

« A Crozon, ce n'est pas évident de trouver du travail. Donc, soit on monte une entreprise, soit on part », (Presqu'île de Crozon - Finistère).

En outre, plus de la moitié des femmes emploie au moins une autre personne ou aspire à le faire.

⁵ Réalisée au cours de l'hiver 2013-2014, l'enquête en ligne CREDOC-B-NEW a permis d'interroger 230 femmes entrepreneures, anglaises et françaises, des Côtes d'Armor, du Finistère, des Cornouailles et de l'Hampshire. Les résultats sont disponibles sur le site www.bnew-project.eu/

« Oui, avec un peu de chance, mon ambition est de créer des emplois stables, et c'est quelque chose que je me vois bien faire dans le futur si tout va bien », (Hampshire).

Outre ces emplois directs, les entreprises féminines soutiennent l'emploi local en s'adressant à des fournisseurs ou des sous-traitants locaux pour des produits finis, la comptabilité et la gestion, le transport, le nettoyage...

« Par loyauté envers le territoire local, j'essaie toujours de travailler avec des gens du coin parce que je pense que cela fait partie de la contribution qu'on peut apporter à notre communauté locale », (Hampshire).

« C'est important, privilégier le local. Quand on fait le choix de travailler ici, on ne fait pas des kilomètres », (Presqu'île de Crozon - Finistère).

En raison de leur activité entrepreneuriale, un tiers des femmes sous-traite enfin une partie du travail familial (travail domestique, garde des enfants...), contribuant ainsi à l'emploi local.

b) Le renforcement de l'offre de proximité, de l'attractivité du territoire et de sa cohésion sociale

L'entrepreneuriat féminin répond aux besoins de la population : la moitié du chiffre d'affaires en moyenne est réalisé auprès de la clientèle locale, habitant dans un rayon de moins de 30 kilomètres. Dans le même temps, les femmes montrent une capacité à attirer une clientèle extérieure et faire connaître le territoire local, ses produits, ses services : les ventes auprès de la clientèle internationale peuvent être estimées en moyenne à 10% du chiffre d'affaires.

Plus largement, l'entrepreneuriat féminin contribue au maintien et au développement de l'offre de services de proximité :

- travaillant souvent chez elles, les femmes entrepreneures sont des clientes des commerces et services de proximité et limitent les fermetures ou les phénomènes d'évasion commerciale au profit des centres les plus importants ;
- certaines reprennent ou créent des services locaux de proximité (commerces, services....).

« L'envoi de courrier a sauvé le bureau de poste, vraiment, et cela a aussi permis à d'autres entreprises indépendantes de s'implanter et de créer des emplois », (Cornwall).

« Plus il y aura de petites boutiques, plus les gens resteront faire leurs achats ici. C'est bien, ça répond à une demande », (Presqu'île de Crozon - Finistère).

Fortes de formations et de compétences spécifiques, les femmes contribuent au développement et/ou à l'amélioration de l'offre éducative, de l'offre culturelle, sportive et de loisirs, et de l'offre de santé. L'entrepreneuriat féminin renforce en particulier l'attractivité touristique du territoire.

« A la question sur les retombées de l'entreprise sur le territoire local, j'aurais dit : permet d'attirer du tourisme, de créer des emplois. (...) Certains endroits de Bretagne, il faut vraiment avoir envie d'y aller. Là-bas des activités de découverte ont été organisées pour les enfants qui viennent d'ailleurs, ça amène un autre public. Cela participe aussi à dynamiser le territoire », (Côtes d'Armor).

Enfin, pour limiter l'isolement lié au travail indépendant, les femmes entrepreneures participent, si ce n'est créent, des réseaux d'entrepreneurs ou de femmes entrepreneures. Plus largement, elles investissent la vie associative locale et contribuent par là au renforcement des liens sociaux et à la cohésion sociale des territoires.

2. Soutenir l'entrepreneuriat féminin dans nos territoires

Outre les aides nationales, les collectivités territoriales et les organismes de soutien à l'entrepreneuriat peuvent encourager l'entrepreneuriat féminin sur la base d'aides et d'accompagnement localisés avec, en perspective, des retombées sociales, culturelles et économiques positives pour les territoires.

a) Agir sur les préjugés et les représentations

L'entrepreneuriat féminin reste limité par le maintien de stéréotypes sexistes toujours prégnants.

- **Valoriser l'image des femmes entrepreneures auprès du grand public**

Exemples :

- Intégrer la dimension de l'entrepreneuriat féminin à toutes les actions de communication visant l'égalité professionnelle ;
- Diffuser des témoignages de femmes entrepreneures afin de rendre visible l'entrepreneuriat féminin.

- **Sensibiliser les filles à l'entrepreneuriat et favoriser leur expérience entrepreneuriale dans l'enseignement**

Exemples :

- Proposer aux établissements scolaires l'intervention de femmes entrepreneures et/ou la visite d'entreprises créées par des femmes ;
- Soutenir les projets entrepreneuriaux ou de création de mini-entreprises intégrant des jeunes filles ;
- Promouvoir l'enseignement à l'entrepreneuriat et à la culture entrepreneuriale dans l'enseignement supérieur, notamment dans les filières universitaires féminisées.

- **Valoriser l'entrepreneuriat des femmes auprès des acteurs économiques (chambres consulaires, syndicats professionnels, entreprises...)**

Exemple :

- Diffuser les données sur la réalité des entreprises créées par des femmes.

b) Améliorer l'accompagnement des créatrices

- **S'assurer d'un égal accès des femmes et des hommes aux aides à l'entrepreneuriat, en évitant l'introduction de critères pénalisants**, concernant en particulier :

- l'âge (les femmes créent leurs entreprises plus tardivement que les hommes) ;
- la taille de l'entreprise (les femmes dirigent plus souvent que les hommes des petites et très petites entreprises) ;
- le secteur d'activité (les femmes investissent préférentiellement certains secteurs d'activité tels le commerce, les services, l'enseignement, la santé et le social).

- **Établir des données sexuées sur les bénéficiaires des aides aux entreprises**

- **Soutenir les efforts de prospection commerciale des femmes entrepreneurs**

Exemples :

- Favoriser de façon systématique la visibilité de l'entrepreneuriat féminin, de ses produits et de ses services, dans les actions de promotion des entreprises du territoire ;
- Mettre en place des salons et manifestations commerciales à l'échelle du territoire, accessibles aux petites et très petites entreprises ;
- Renforcer l'offre de formations au commercial et adapter leur contenu et leur coût aux petites et très petites entreprises, notamment en e-learning.

- **Favoriser la pérennité et le développement des petites et très petites entreprises portées par des femmes**

Exemples :

-
- Soutenir les réseaux de femmes entrepreneures, mais également l'insertion des femmes dans les réseaux mixtes ;
 - Développer des réseaux de mentorat (ou tutorat) sur la base d'une mobilisation des femmes entrepreneures ayant une expérience confirmée ;
 - Créer localement des banques féminines d'échanges de compétences entrepreneuriales.

- **Développer des solutions adaptées de garde et de prise en charge du travail familial**

Exemple :

- Soutenir la création d'offres ponctuelles afin de permettre d'affronter des périodes de fort investissement professionnel (fluctuation de l'activité, activité commerciale, formation...).

BIBLIOGRAPHIE

Centre d'Analyse Stratégique [2013], *L'entrepreneuriat féminin. Document d'étape.*

Groupe EGATER, Les chiffres clés des inégalités femmes-hommes dans les quartiers prioritaires et les territoires ruraux [2014], Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes – ONZUS – INSEE.

Groupe EGATER [2014], Combattre maintenant les inégalités sexuées, sociales et territoriales dans les quartiers de la politique de la ville et les territoires ruraux fragilisés, Rapport n°2014-06-19 Egaliter, Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Ministère des droits des femmes, Ministère délégué chargé des PME, de l'innovation et de l'économie numérique, Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche, Ministère de l'éducation nationale [2013], *Entreprendre au féminin – Des opportunités pour elles – Une clé pour la compétitivité et l'emploi.*

Ministère des droits des femmes, Service des droits des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes [2014], *Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, Chiffres clés – Édition 2014.*

Ministre des droits des femmes (ministre chef de file)[2013], *Politique d'égalité entre les femmes et les hommes, Document de politique transversale – projet de loi de finances pour 2014.*

PEKEA [2008], *Bien vivre ensemble sur les territoires. Eléments d'un diagnostic partagé* (Projet ISBET).

PEKEA [2008], *Bien vivre ensemble sur les territoires. Construire ensemble des indicateurs de bien-être et de progrès social* (Projet ISBET).

PERFEGAL [2012], *Diagnostic comparé sur les dynamiques de l'emploi et de l'entrepreneuriat féminin dans le Hamsphire, les Cornouailles, les Côtes d'Armor et le Finistère*, dans le cadre du projet B-NEW.

Joseph E. STIGLITZ, Armartya SEN, Jean-Paul FITOUSSI [2009], *Rapport de la Commission sur la mesure des performances économiques et du progrès social.*

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE

FEMMES ENTREPRENEURES

Le projet européen « Business and Network of Enterprising Women » (B.NEW) associe sept partenaires français (Conseil général du Finistère, Conseil général des Côtes d'Armor, Technopole Quimper-Cornouaille, Entreprendre au Féminin, Inno TSD-Cap Entreprises) et britanniques (Digital Peninsula Network, WSX Enterprise Ltd). Il vise à créer des territoires d'accueil pour la création et le développement d'entreprises par des femmes et à constituer un réseau franco-britannique de femmes entrepreneurs.

Le Centre de Recherche et d'Études pour l'Observation des Conditions de vie (CREDOC) a été chargé, en association avec le Small Business Research Centre de la Kingston University de Londres, de réaliser une étude sur l'impact de l'entrepreneuriat féminin dans le développement des territoires. Dans ce cadre, nous menons une enquête auprès des femmes entrepreneures, des structures d'appui et des collectivités territoriales.

Nous vous remercions par avance du temps que vous consacrerez à cette enquête. Ses résultats seront rendus publics sur le site B.New dans les prochains mois.



VOTRE ENTREPRISE ET VOTRE ITINERAIRE PERSONNEL

1. Quelle est la date de création ou de reprise de votre entreprise ou activité d'auto-entrepreneur ?

Précisez l'année : /_____/

2. Qui est impliqué dans la direction de votre entreprise ou activité ?

1. Vous-même
2. Un ou plusieurs membres de votre famille
3. D'autres personnes

3. Quel est la forme juridique de votre entreprise ou de votre activité ?

1. Entreprise individuelle ou autoentreprise
2. Statut de société (SARL, EURL, EARL, GAEC...)
3. Association, coopérative...
4. Autre (précisez)

4. Quel est votre principal secteur d'activité (UNE SEULE REPONSE)

1. Agriculture, sylviculture et pêche
2. Industries extractives ou manufacturières
3. Production et distribution d'énergie, d'eau ; assainissement, gestion des déchets et dépollution
4. Construction
5. Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles
6. Commerce de gros (sauf automobiles et motocycles)
7. Commerce de détail (sauf automobiles et motocycles)
8. Transports et entreposage
9. Hébergement et restauration
10. Information et communication
11. Activités financières et d'assurance
12. Activités immobilières
13. Activités spécialisées, scientifiques et techniques (études, conseil...)
14. Activités de services administratifs et de soutien
15. Enseignement
16. Santé humaine et action sociale
17. Arts, spectacles et activités récréatives
18. Autres activités de services (dont services à la personne)
19. Autre (précisez)

5. Pourquoi avez-vous choisi ce secteur d'activité ? (MAXIMUM DEUX REPONSES)

1. Vous aviez une compétence dans ce secteur
2. Vous aviez identifié un besoin dans ce secteur sur le territoire
3. Vous avez eu une opportunité de reprise dans ce secteur
4. Vous avez eu l'opportunité de devenir un sous-traitant ou un fournisseur de votre ancien employeur

-
5. Autre (précisez)
- 6. Pour cette entreprise ou activité, comment décrivez-vous votre temps de travail?**
1. Temps plein (35 heures par semaine ou plus)
 2. Temps partiel (moins de 35 heures par semaine)
- 7. A côté de cette entreprise ou de cette activité, êtes-vous impliqué dans la direction d'une ou plusieurs autres entreprises?**
1. Oui
 2. Non
- 8. A côté de cette entreprise ou de cette activité, êtes-vous salariée par un autre employeur?**
1. Oui
 2. Non
- 9. Quel est le chiffre d'affaires de votre dernier exercice (ensemble de vos ventes et prestations) ?**
1. Moins de 15 000 € HT
 2. De 15 000 à moins de 25 000 € HT
 3. De 25 000 € HT à moins de 50 000 € HT
 4. De 50 000 à moins de 90 000 € HT
 5. De 90 000 à moins de 150 000 € HT
 6. De 150 000 € HT et moins de 300 000 € HT
 7. 300 000 € HT et plus
 8. Je n'ai pas encore réalisé de chiffre d'affaires
- 10. Où est localisée votre entreprise ou activité ?**
1. Finistère
 2. Côtes d'Armor
- 11. Et plus précisément**
- | | | |
|------------------------------|-----|-----|
| 1. Presqu'île de Crozon | Oui | Non |
| 2. Presqu'île de Lézardrieux | Oui | Non |
- 12. Quel est votre niveau de formation le plus élevé**
1. Secondaire premier cycle (niveau BEPC, CAP, BEP)
 2. Secondaire second cycle (Bac ou équivalent)
 3. Supérieur premier cycle (Bac+2/Bac+3)
 4. Supérieur deuxième cycle (supérieur à Bac+3)
 5. Autre
-

13. Quel est votre âge

1. Moins de 35 ans
2. 35 à 44 ans
3. 45 à 54 ans
4. 55 à 64 ans
5. 65 ans et plus

VOTRE ENTREPRISE ET LE TERRITOIRE LOCAL

Nous vous demandons maintenant de réfléchir aux retombées de votre activité sur le territoire local.

NB. Le territoire local s'étend dans un rayon d'environ 30 kilomètres autour de votre activité ou entreprise

14. Selon vous, votre entreprise ou activité permet, localement (c'est-à-dire dans un rayon d'environ 30 kilomètres) :

1. De créer des emplois
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
2. D'améliorer l'offre de logements
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
3. De renforcer le tissu associatif
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
4. De développer l'offre de services de proximité : commerces, services à la personne (aide à la vie quotidienne, à la famille, aux personnes dépendantes...), autres services
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
5. De développer l'offre d'activités culturelles, sportives et de loisirs
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
6. De développer l'offre éducative
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
7. D'améliorer l'offre de transport
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas
8. D'améliorer les conditions de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée
1. Oui 2. Non 3. Pas encore 4. Je ne sais pas

19. Comment se compose votre clientèle locale (dans un rayon d'environ 30 kilomètres autour de votre siège)

1. Uniquement de particuliers
2. Uniquement de professionnels (entreprises privées, administrations, ou organismes publics...)
3. A la fois de particuliers et de professionnels

Les fournisseurs et sous-traitants

20. Avez-vous des fournisseurs ou des sous-traitants (achat de produits ou de services) ?

1. Oui
2. Non

21. Comment se répartissent vos achats (produits ou services) selon l'origine géographique de vos fournisseurs et sous-traitants :

1. Fournisseurs ou sous-traitants locaux ou de proximité (dans un rayon d'environ 30 kilomètres autour de votre siège) = %
2. Fournisseurs ou sous-traitants du département (hors locaux) = %
3. Fournisseurs ou sous-traitants nationaux (hors locaux et départementaux) = %
4. Fournisseurs ou sous-traitants internationaux = %

Total = 100%

22. Quels services (rémunérés) vous fournissent principalement vos fournisseurs ou sous-traitants locaux (dans un rayon d'environ 30 kilomètres autour de votre siège) ?

1. La fourniture de produits finis
2. La comptabilité ou gestion (y compris informatique, secrétariat...)
3. Le transport, la livraison, le stockage, la logistique
4. Le nettoyage
5. La vente (agent commercial...)
6. La publicité, la communication
7. Le gardiennage, la sécurité
8. D'autres services (Précisez)

Les atouts du territoire local pour votre entreprise ou votre activité

23. Pour quelle raison votre entreprise ou activité est-elle implantée sur ce territoire ?

1. Vous y résidiez avant de créer ou de reprendre cette entreprise/activité

-
2. Vous avez choisi cette localisation pour ses potentialités par rapport à votre projet
 3. Vous avez eu une opportunité de reprise d'une entreprise ou d'une activité sur ce territoire
 4. Autre (précisez)

24. Sur quelles ressources du territoire local vous appuyez-vous en tant qu'entrepreneur ? Parmi la liste proposée, précisez les 3 ressources les plus importantes pour votre activité

1. L'image de marque
2. Le potentiel touristique
3. La proximité de ressources naturelles
4. La qualité de l'environnement naturel
5. Le réseau de desserte (routes, train, avion, ...)
6. Le réseau numérique
7. Le réseau de sous-traitants pour votre activité
8. La présence d'autres entreprises de votre secteur
9. Les aides locales à la création/reprise/développement
10. La sécurité des biens et des personnes
11. Une fiscalité locale favorable
12. La présence d'établissements d'enseignement
13. La présence d'une main d'œuvre adaptée (qualifiée, bon marché, ...)
14. La présence de nombreux services (administratifs, culturels, sociaux,...)
15. Autres. Précisez :

VOTRE VISION DU « BIEN-ETRE TERRITORIAL »

Dans la section suivante, nous allons nous intéresser à votre perception du « bien-être territorial »

25. Dans la liste suivante, quelles sont les principales dimensions, qui, à votre avis, définissent le « bien-être territorial »?

1. Un niveau de revenu par habitant élevé
2. Des emplois stables
3. Des logements de qualité et d'un coût accessible
4. L'existence d'un tissu associatif dynamique
5. La présence de services de proximité (commerces, services à la personne...)
6. La présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs
7. Un réseau éducatif dense
8. La présence d'un réseau de transport adapté
9. Les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée
10. L'assurance d'un niveau de sécurité minimal
11. Une offre de santé de qualité
12. Une politique locale de protection de l'environnement
13. Autre (précisez) :

26. Vous avez choisi ces principales dimensions, quelle est la plus importante pour vous?

1. Un niveau de revenu par habitant élevé
2. Des emplois stables
3. Des logements de qualité et d'un coût accessible
4. L'existence d'un tissu associatif dynamique
5. La présence de services de proximité (commerces, services à la personne...)
6. La présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs
7. Un réseau éducatif dense
8. La présence d'un réseau de transport adapté
9. Les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée
10. L'assurance d'un niveau de sécurité minimal
11. Une offre de santé de qualité
12. Une politique locale de protection de l'environnement
13. Autre (précisez) : OE

LES ENJEUX LIES A L'ENTREPRENEURIAT

27. Quelles sont les principales difficultés auxquelles vous vous êtes heurtées lors de la création ou de la reprise de votre activité ou entreprise ? (3 réponses maximum)

1. Etre seule comme entrepreneur, effectuer seule les démarches
2. Embaucher du personnel qualifié
3. Fixer le prix de vos produits et services
4. Trouver un local approprié
5. Etablir des contacts avec la clientèle
6. Régler les formalités administratives
7. Obtenir un financement
8. Obtenir l'autorisation d'un découvert bancaire
9. Ouvrir un compte bancaire
10. Trouver une assurance
11. Connaître la législation en vigueur
12. Obtenir des renseignements, des conseils, des formations
13. Autre difficulté. Préciser OE
14. Aucune difficulté particulière → exclusive
15. Je ne me souviens plus → exclusive

28. Pour les entreprises ou activités qui ont au moins deux ans d'existence, quelles sont les principales difficultés auxquelles vous vous heurtez aujourd'hui dans votre développement

1. Commercial – débouchés – concurrence
 2. Financier
 3. Production et coût de production
 4. Ressources humaines (recrutement, formation, conflit)
 5. Conciliation vie professionnelle vie familiale
-

-
6. Autre problème (implantations, procès, sinistre...)
 7. Vous n'avez pas eu de difficulté particulière
 8. Mon entreprise/activité a moins de deux ans d'existence

29. **Au cours des deux dernières années, avez-vous bénéficié de l'appui (conseil, information, soutien logistique ou financier) de :**

1. Votre conjoint
2. Une autre ou des autres personne(s) de votre famille ou de votre entourage personnel
3. Une ou des personne(s) de votre entourage professionnel (client, fournisseur...)
4. Un ou des professionnel(s) spécialiste(s) (avocat, expert-comptable...)
5. Structure(s) dédiée(s) à la création et/ou à l'accompagnement d'entreprise
6. Autre(s). Précisez :
7. Je n'ai reçu aucun appui

Q29 bis. **Précisez la ou les structure(s) dédiée(s) à la création et/ou l'accompagnement d'entreprise :**

30. **Au cours des deux dernières années, avez-vous bénéficié de dispositif(s) d'aides locales/départemental/régional pour créer ou développer votre entreprise ?**

1. Non, d'aucun dispositif local/départemental/régional
2. Oui

Q30 bis. **Merci de préciser votre réponse et d'indiquer l'aide ou les aides et dispositifs dont vous avez bénéficié :**

1. Aide(s) locale(s) : précisez OE
2. Aide(s) départementale(s) : précisez
3. Aide(s) régionale(s) : précisez

31. **A votre avis, quelles sont les actions prioritaires à mettre en place pour vous aider aujourd'hui à créer et/ou à développer votre activité ? 3 réponses maximum**

1. Rencontre avec d'autres entrepreneurs (hommes ou femmes)
2. Rencontre avec d'autres femmes entrepreneurs
3. Accès à des structures de conseil
4. Soutien dans la prospection de nouveaux marchés
5. Soutien dans l'accès à des sources de financement
6. Soutien dans l'accès à des facilités de trésorerie
7. Accès à des formations professionnelles
8. Un ou plusieurs autres actions prioritaires. Précisez
9. Aucune action

Ce questionnaire est maintenant terminé. Vous avez peut-être envie de nous donner quelques informations complémentaires....

Accepteriez-vous de nous donner vos coordonnées pour vous inviter à participer à une réunion de travail dans le cadre de cette étude ?

Nom:

Fixe:

Portable:

Email :

Vous confirmez que ne souhaitez pas donner de compléments d'informations ni précisez vos coordonnées

Nous vous remercions de votre participation

ANNEXE 2

QUESTIONNAIRE

STRUCTURES D'APPUI ET COLLECTIVITES TERRITORIALES

Le projet européen « Business and Network of Enterprising Women » (B.NEW) associe sept partenaires français (Conseil général du Finistère, Conseil général des Côtes d'Armor, Technopole Quimper-Cornouaille, Entreprendre au Féminin, Inno TSD-Cap Entreprises) et britanniques (Digital Peninsula Network, WSX Enterprise Ltd). Il vise à créer des territoires d'accueil pour la création et le développement d'entreprises par des femmes et à constituer un réseau franco-britannique de femmes entrepreneurs.

Le Centre de Recherche et d'Études pour l'Observation des Conditions de vie (CREDOC) a été chargé, en association avec le Small Business Research Centre de la Kingston University de Londres, de réaliser une étude sur l'impact de l'entrepreneuriat féminin dans le développement des territoires. Dans ce cadre, nous menons une enquête auprès des femmes entrepreneures, des structures d'appui et des collectivités territoriales.

Nous vous remercions par avance du temps que vous consacrerez à cette enquête. Ses résultats seront rendus publics sur le site B.New (www.bnew-project.eu) dans les prochains mois.



DESCRIPTION DE VOTRE STRUCTURE OU ORGANISME

1. Précisez le nom et l'adresse de la structure à laquelle êtes-vous rattaché(e) ?

Précisez son nom

Précisez son adresse

2. Précisez le type de structure ... ? Une seule réponse possible

- a. Consultant(e) et/ou profession indépendante
- b. Entreprise privée
- c. Collectivité territoriale
- d. Service de l'État ou agence
- e. Association
- f. Autre. Précisez :

3. Quelle est le périmètre d'intervention de votre structure (périmètre de compétence, aire de recrutement du public ou de la clientèle...)? Une seule réponse possible

- a. Régional
- b. Départementale (Finistère ou Côtes d'Armor)
- c. Local (Une ou plusieurs communes)
- d. Autre. Précisez :

4. Vous-même, en quelle qualité participez-vous à cette consultation ?

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum)

- a. Elu(e)
- b. Professionnel(le) des politiques de l'emploi
- c. Professionnel(le) de l'enseignement et de la formation
- d. Professionnel(le) du développement économique et/ou territorial
- e. Autre. Précisez

5. Travaillez-vous directement au contact de créateurs d'entreprise ou d'entrepreneurs?

Une seule réponse possible

- a. Oui, de façon quotidienne
- b. Oui, de façon régulière
- c. Oui, de façon exceptionnelle
- d. Non, jamais

6. Quel est le public de créateurs et/ou d'entrepreneurs avec qui vous travaillez ?

Une seule réponse possible

-
- a. Uniquement des femmes
 - b. Uniquement des hommes
 - c. Des femmes et des hommes

7. Pouvez-vous préciser à quel moment votre structure intervient :

Plusieurs réponses possibles

- a. Etude/validation de projet (en amont de la création)
- b. Phase de création
- c. Phase de développement (investissement, recrutement...)
- d. Aide aux entreprises en difficultés (refinancement, restructuration, revente...)
- e. Autres. Précisez

8. Pouvez-vous préciser quel(s) type(s) de services votre structure est susceptible de proposer aux créateurs/dirigeants d'entreprise (y compris entreprises individuelles) ?

Plusieurs réponses possibles

- a. Conseils en création/reprise d'entreprise
- b. Etude de marché/stratégie
- c. Expertise comptable
- d. Conseil juridique/fiscal
- e. Conseil en ressources humaines
- f. Informations sur création/reprise/développement/cession
- g. Services administratifs (aide à la constitution de dossiers...)
- h. Aide à la recherche de financements
- i. Octroi de financements
- j. Organisation de formations
- k. Mise en relations d'entrepreneurs
- l. Mise à disposition de locaux à prix intéressants
- m. Autre : précisez

9. Les services que propose votre structure s'inscrivent-ils, en totalité ou partiellement, dans le cadre de politiques locales, départementales ou régionales de soutien aux entreprises ?

- a. Oui
- b. Non

.....

Si oui, préciser le nom des principaux aides ou dispositifs et s'ils sont destinés spécifiquement aux femmes ?

Aides ou dispositifs locaux (à l'échelle d'une ou plusieurs communes)	Spécifiquement destinés aux femmes
1.	Oui Non
2.	Oui Non
3.	Oui Non
4.	Oui Non
Aides ou dispositifs locaux (à l'échelle du Finistère ou des Côtes d'Armor)	Spécifiquement destinés aux femmes
1.	Oui Non
2.	Oui Non
3.	Oui Non
5.	Oui Non
Aides ou dispositifs régionaux (à l'échelle de la Bretagne)	Spécifiquement destinés aux femmes
1.	Oui Non
2.	Oui Non
3.	Oui Non
4.	Oui Non

VOTRE VISION DU « BIEN-ETRE TERRITORIAL »

Dans la section suivante, nous allons nous intéresser à votre perception du « bien-être territorial »

10. Dans la liste suivante, quelles sont les principales dimensions, qui, à votre avis, définissent le « bien-être territorial » ? (5 réponses maximum)

Bloquer à 5 réponses

14. Un niveau de revenu par habitant élevé
15. Des emplois stables
16. Des logements de qualité et d'un coût accessible
17. L'existence d'un tissu associatif dynamique
18. La présence de services de proximité (commerces, services à la personne...)
19. La présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs
20. Un réseau éducatif dense
21. La présence d'un réseau de transport adapté
22. Les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée
23. L'assurance d'un niveau de sécurité minimal
24. Une offre de santé de qualité
25. Une politique locale de protection de l'environnement
26. Autre (précisez)

11. Si vous avez choisi plusieurs dimensions, quelle est la plus importante pour vous? (Une seule réponse)

Bloquer à 1 réponse

- f. Un niveau de revenu par habitant élevé
- g. Des emplois stables
- h. Des logements de qualité et d'un coût accessible
- i. L'existence d'un tissu associatif dynamique
- j. La présence de services de proximité (commerces, services à la personne...)
- k. La présence d'activités culturelles, sportives et de loisirs
- l. Un réseau éducatif dense
- m. La présence d'un réseau de transport adapté
- n. Les conditions d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée
- o. L'assurance d'un niveau de sécurité minimal
- p. Une offre de santé de qualité
- q. Une politique locale de protection de l'environnement
- r. Autre (précisez)

12. Selon vous, comment les entreprises créées ou reprises par des femmes contribuent-elles au développement local :

Bloquer à une réponse par ligne

-
- a. Par la création d'emplois
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- b. En améliorant l'offre de logements
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- c. En renforçant le tissu associatif
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- d. En développant l'offre de services de proximité : commerces, services à la personne (aide à la vie quotidienne, à la famille, aux personnes dépendantes...), autres services
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- e. En développant l'offre d'activités culturelles, sportives et de loisirs
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- f. En développant l'offre éducative
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- g. En améliorant l'offre de transport
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- h. En améliorant les conditions de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- i. En améliorant le niveau de sécurité
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- j. En améliorant l'offre de santé
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas
- k. En contribuant à un meilleur respect de l'environnement
1. Oui 2. Non 3. Oui mais de façon limitée 4. Je ne sais pas

LES ENJEUX LIES A L'ENTREPRENEURIAT

13. D'après votre expérience, quelles sont les principales difficultés auxquelles se heurtent les femmes entrepreneures lors de la création ou de la reprise d'une entreprise ?

(COCHER LES TROIS PLUS IMPORTANTES)

- a. Etre seule comme entrepreneur,
- b. Embaucher du personnel qualifié
- c. Fixer le prix des produits et services

-
- d. Trouver un local approprié
 - e. Etablir des contacts avec la clientèle
 - f. Régler les formalités administratives
 - g. Obtenir un financement
 - h. Obtenir l'autorisation d'un découvert bancaire
 - i. Ouvrir un compte bancaire
 - j. Trouver une assurance
 - k. Connaître la législation en vigueur
 - l. Obtenir des renseignements, des conseils, des formations
 - m. Autre difficulté. Préciser
 - n. Aucune difficulté particulière

14. Selon vous, pour les entreprises ou activités qui ont au moins deux ans d'existence, quelles sont les principales difficultés auxquelles se heurtent les femmes entrepreneurs dans leur phase de développement (COCHER LES DEUX PLUS IMPORTANTES)

- a. Commercial – débouchés – concurrence
- b. Financier
- c. Production et coût de production
- d. Ressources humaines (recrutement, formation, conflit)
- e. Conciliation vie professionnelle vie familiale
- f. Autre problème (implantations, procès, sinistre...)
- g. Vous n'avez pas eu de difficulté particulière
- h. Sans objet, mon entreprise/activité a moins de deux ans d'existence

15. A votre avis, quelles sont les actions prioritaires à mettre en place pour aider aujourd'hui les femmes entrepreneurs à créer et/ou à développer leur activité ? [TROIS REPONSES AU MAXIMUM]

- 1. Rencontre avec d'autres entrepreneurs (hommes ou femmes)
- 2. Rencontre avec d'autres femmes entrepreneurs
- 3. Accès à des structures de conseil
- 4. Soutien dans la prospection de nouveaux marchés
- 5. Soutien dans l'accès à des sources de financement
- 6. Soutien dans l'accès à des facilités de trésorerie
- 7. Accès à des formations professionnelles
- 8. Un ou plusieurs autres actions prioritaires. Précisez
- 9. Aucune action

Ce questionnaire est maintenant terminé. Vous avez peut-être envie de nous donner quelques informations complémentaires...

Accepteriez-vous de nous donner vos coordonnées pour vous inviter à participer à une réunion de travail dans le cadre de cette étude ?

Nom:

Fixe:

Portable:

Email :

Vous confirmez que ne souhaitez pas donner de compléments d'informations ni précisez vos coordonnées

Nous vous remercions de votre participation