



FEMMES, MERES... ET CHEFS D'ENTREPRISE

Chef d'entreprise Magazine N°49 - 01/06/2010 - Céline Tridon

A peine plus de 30 % des dirigeants de TPE-PME françaises sont des femmes, un chiffre qui a peu évolué depuis trente ans. Etre une femme dirigeante relève encore de l'atypisme, parfois même du parcours du combattant. La faute à la persistance des préjugés.

Elever trois enfants, s'occuper de ses parents âgés, suivre les dépenses du foyer, se lever tous les jours la première... et manager quotidiennement plusieurs dizaines de personnes. Le rôle d'une femme chef d'entreprise relève de l'hyperactivité! S'il est devenu assez courant de voir, en couverture des magazines, des portraits de dirigeantes parvenues à se hisser avec brio jusqu'au sommet de grands groupes, il convient de ne pas occulter une tout autre réalité économique: selon les chiffres publiés en 2007 par l'Agence pour la création d'entreprises (APCE) sur «l'entrepreneuriat féminin», seules 31 % des TPE-PME françaises sont dirigées par des femmes. Ces chiffres cachent une autre disparité: une majorité de ces structures est constituée d'entreprises unipersonnelles ou de TPE. Environ 15 % des dirigeantes sont à la tête d'entreprises de 25 à 200 salariés, alors qu'elles sont 34 % à gérer des sociétés dont l'effectif est compris entre une et cinq personnes. Par ailleurs, ces micro-entreprises se concentrent dans des secteurs d'activité dits «féminins» (aide à la personne, tourisme, communication...). Pourquoi? A cause du poids des stéréotypes! Diriger se révèle encore plus périlleux quand il s'agit de reprendre des activités dans des secteurs typiquement masculins (industrie, technologies, bâtiment...). Là plus qu'ailleurs, il n'est pas facile pour ces femmes de s'affirmer en tant que dirigeantes. Leurs compétences sont souvent remises en cause par le personnel, voire par les clients et les fournisseurs. Alors comment asseoir leur crédibilité? Si le diplôme constitue leur meilleur atout, elles doivent avant tout se battre, faire leurs preuves au quotidien et ne rien laisser transparaître de leur sensibilité.

Des clichés bien ancrés. Selon l'enquête de l'APCE sur «l'entrepreneuriat féminin», 70 % des femmes chefs d'entreprise interrogées avouent qu'il leur est particulièrement difficile de concilier vie professionnelle et vie personnelle. Pourtant, s'épanouir à la fois dans son rôle de dirigeante et celui de mère reste possible. Aliette Trocheris est fondatrice de Coach and co, une société d'accompagnement professionnel. Elle dirige huit personnes et est à la tête d'un réseau de cinq franchises. Mais elle est aussi la maman de cinq enfants. « *Pour moi, il n'était*

pas question de négliger ma vie de famille, assure-t-elle. J'ai donc construit ma vie d'entrepreneuse en fonction des impératifs de mes proches. Ne travailler que de 9 h à 16 h 30 pour être présente à la sortie de l'école est un choix personnel. » Evidemment, Aliette Trocheris reconnaît que la croissance de son entreprise a été moins rapide que ce qu'elle aurait pu être. Entre la création de Coach and co et l'ouverture de la première franchise, huit années se sont écoulées. Mais la dirigeante sait aussi qu'elle a bénéficié de l'aide précieuse d'une alliée de choix: son assistante, qui connaît toutes les ficelles du métier et peut la suppléer lors des vacances scolaires ou en cas de maladie des enfants. Car, dans ce domaine, les entrepreneuses ont des contraintes semblables à celles des autres femmes. Autrement dit, elles sont peu avantagées par la répartition traditionnelle des rôles homme/ femme au sein du foyer. Une étude publiée en 2009 par la Caisse nationale d'allocations familiales confirme que les pères consacrent trois fois moins de temps que les mères à leurs enfants (30 minutes par jour pour les premiers contre 1 h 30 pour les secondes).

Mais les femmes ne seraient-elles pas aussi victimes de barrières mentales dont elles ne sont pas toujours conscientes? Peur de pénaliser leur vie de famille, crainte de l'échec ou recherche de perfection du projet, manque d'ambition... Annie Batlle est coauteur du *Bal des dirigeantes* (éditions Eyrolles). Selon elle, « *les poncifs sont bien ancrés dans la tête des hommes, des banques, des partenaires... mais aussi des femmes* ». La faute au conditionnement des filles dès la petite enfance.

sensibiliser à l'entrepreneuriat.

Tout dépendrait-il donc de l'éducation? En 2008, le cinquième rapport de la Commission européenne sur l'égalité entre les femmes et les hommes souligne que «les stéréotypes contribuent à la persistance des inégalités, en influant sur les choix des filières d'éducation, de formation ou d'emploi, sur la participation aux tâches domestiques et familiales et sur la représentation aux postes décisionnels». L'instance insiste sur la nécessité de lutter, dès le plus jeune âge, contre les représentations stéréotypées. Annie Batlle approuve cette idée: « *Dans notre société informatisée et grâce aux nouvelles technologies, le culte de l'avantage physique a fait long feu. Les jeunes filles se battent dès le lycée pour être à égalité avec leurs camarades masculins.* » Elles font même mieux. Aujourd'hui, 68 % des filles ont leur bac, contre 54 % des garçons. Pour lutter contre les préjugés, il convient donc d'agir en amont et de veiller à une diversification suffisante des choix d'orientation dans l'enseignement supérieur. Les savoirs restent en effet très sexués: la science aux garçons, les lettres aux filles. Compte tenu du fort taux de féminisation des filières universitaires (56 % des étudiants sont des filles), le développement d'actions de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat au sein des universités est susceptible de stimuler l'envie d'entreprendre des jeunes femmes. Un exemple? En 2004, Claudie Haigneré, alors ministre déléguée à la Recherche et aux Nouvelles technologies, propose la création, sur les campus, de «maisons de l'entrepreneuriat». Localisées au sein des universités et fonctionnant en partenariat entre les différents établissements supérieurs d'une même région, elles ont pour objectif de rapprocher étudiants, enseignants, chercheurs et chefs d'entreprise. La ministre avait en effet constaté que 10 % seulement des PME étaient en contact avec une université en France, contre 35 % en Europe et 55 % aux Etats-Unis. Aujourd'hui, sept maisons de l'entrepreneuriat ont vu le jour. Mais pour Marie-Christine Oghly, présidente de l'association Femmes Chefs d'entreprise et du Medef Ile-de-France, il faut aller encore plus loin en valorisant concrètement l'image de la femme entrepreneuse. « *Les stéréotypes peuvent être abolis grâce au lobbying* », explique-t-elle. Comment? En favorisant la diffusion, à travers la presse, de témoignages de parcours diversifiés de femmes chefs d'entreprise. « *Il faut montrer aux femmes qu'il est possible*

d'évoluer dans les plus hautes fonctions et leur donner l'envie de se battre pour ces postes », ajoute Marie-Christine Oghly. En effet, l'isolement, le manque de modèles, le déficit d'information, de formation, d'accompagnement et de soutien sont autant de freins au développement de l'entrepreneuriat féminin.

EN CHIFFRES

soutenir et accompagner. Pour Aliette Trocheris (Coach and co), « *la solitude des femmes chefs d'entreprise est une réalité. La famille, les amis ne sont pas en mesure de répondre aux questions que nous nous posons quant à nos choix, nos décisions d'entrepreneur* ». Les femmes qui ont envie de créer leur entreprise se heurtent souvent au phénomène de dispersion des informations. Où effectuer ses démarches administratives? Comment? Quelles sont les aides financières possibles? D'où le rôle essentiel des réseaux. Même si la participation des femmes à ce type de structures reste très inférieure à celle des hommes, une évolution se dessine. En témoigne la création au cours de ces dernières années d'un grand nombre de réseaux féminins: France Pionnières, Réseau Entrepreneurielles, Mompreneurs, Fame, Dirigeantes, Action'elles, Force Femmes, Femmes Chefs d'entreprise... En se regroupant, les dirigeantes peuvent échanger, s'épauler et ainsi s'imposer plus facilement dans un univers masculin, grâce à un capital confiance renforcé.

Souvent perçues comme de grandes «frileuses», les femmes sont, en effet, moins enclines au risque. Agnès Fourcade dirige le réseau Femmes Business Angels. Chaque jour, elle côtoie des femmes à la fois dirigeantes et investisseuses. Et elle affirme que leur rapport à l'argent est différent de celui de leurs homologues masculins. « *Le jeu spéculatif attire moins les femmes. Pourtant, créer ou diriger une entreprise suppose de savoir prendre des risques.* » Les femmes vont donc préférer la prudence, quitte à être moins ambitieuses. Réserve vis-à-vis de l'endettement, souci de préserver la sécurité de la famille, manque de maîtrise des outils financiers et d'aisance dans la négociation avec les banquiers: les femmes chefs d'entreprise se restreignent elles-mêmes dans leur recours à l'emprunt. Sur ce sujet, la France n'abonde pas en initiatives. Au Canada, par exemple, deux grandes banques proposent des financements spécifiques pour l'entrepreneuriat féminin. L'une d'entre elles a même créé une section entièrement dédiée aux femmes, offrant informations, aide au montage des dossiers et suivi de l'entreprise. En France, les femmes chefs d'entreprise peuvent toutefois bénéficier d'une caution bancaire spécifique grâce au Fonds de garantie à l'initiative des femmes (FGIF). Lancé en 1989 par le secrétariat d'Etat chargé des Droits de la femme, ce dispositif permet à toutes les femmes juridiquement responsables de leur entreprise de ne pas engager leur patrimoine personnel. Il représente également un gage de sécurité pour les banquiers. D'une part, ces derniers peuvent récupérer leurs fonds en cas d'échec, d'autre part, ils se trouvent rassurés face à leur interlocutrice, trop souvent victime de discrimination dans les procédures de financement.

Là encore, au vu des expériences partagées dans les réseaux féminins, les créatrices ne peuvent que constater combien les a priori freinent l'accès aux financements: les femmes ne veulent pas diriger des entreprises à forte croissance, elles créent des entreprises uniquement pour transformer un hobby en métier, elles visent les secteurs d'activité peu rémunérateurs, elles n'ont pas les épaules assez larges pour manager plusieurs dizaines de salariés, elles manquent de compétences ou d'expérience... Autant de lieux communs qui ne facilitent pas leur démarche et expliquent sans doute leur place dans l'économie: la plupart des entrepreneures restent dans des structures de petite taille et à la portée financière restreinte. Ainsi, le capital de démarrage des entreprises dirigées par des femmes est souvent inférieur à

celui de leurs homologues masculins... L'APCE affirme en effet que 43 % des créatrices démarrent leur activité avec moins de 4 000 euros, contre 35 % des créateurs. Les qualités qui sont associées au management d'une entreprise (audace, goût du risque, aptitude à conduire une équipe, innovation) sont, aujourd'hui encore, assorties d'une connotation masculine. Pourtant, les femmes sont tout aussi aptes à diriger des entreprises.

Pour Annie Batlle, « *les femmes dirigeantes disposent d'un avantage compétitif culturel dont elles auraient tort de se priver* ». L'auteur met en avant la pensée collective qui a forgé la personnalité des femmes: l'habitude du compromis, celle de multiplier les tâches, la nécessité de se battre pour s'imposer et l'intérêt qu'elles portent au bien-être de leur entourage. Autant de dispositions naturelles qui les incitent à être proches de leurs équipes, à leur donner de l'autonomie, à faciliter le droit à la contradiction, à faire circuler l'information, à être claires sur ce qu'on attend d'elles et sur les difficultés éventuelles. Pour des raisons de temps, elles délèguent aussi plus facilement. « *Il y a un vrai pragmatisme chez les femmes, assure Aliette Trocheris (Coach and Co), un réel sens du concret, une capacité à faire plusieurs choses en même temps, qui leur permet d'agir à la fois sur le plan commercial, sur celui de la gestion, de la communication... et de conduire leur vie personnelle.* » L'entrepreneuriat féminin se développe et, avec lui, se brise le moule du dirigeant classique. Les femmes dirigeantes ne sont ni meilleures ni moins performantes que leurs homologues masculins. Elles sont simplement différentes.