



# ÉTUDE EUROPÉENNE SUR LES CARACTÉRISTIQUES ENTREPRENEURIALES

Synthèse des résultats  
2018



**BNP PARIBAS**  
WEALTH MANAGEMENT

**WOMEN  
INITIATIVE  
FOUNDATION**



## INTRODUCTION

### OBJECTIFS ET ENJEUX DE CETTE ÉTUDE

**Le « plafond de verre » n'est pas encore brisé et l'égalité hommes-femmes est loin d'être une réalité dans les entreprises, petites ou grandes.**

La vocation de WIF est de devenir un acteur clé pour améliorer la place des femmes dans l'entreprise et la vie économique.

Cette étude, réalisée en partenariat avec BNP Paribas Banque Privée, et le support du CEDE-ESSEC, a été menée au sein de trois pays Européens : la France, L'Allemagne et l'Italie.

Pour les Entreprises participant à l'étude, WIF a choisi de s'adresser à une population mixte – hommes et femmes –, de façon totalement confidentielle au travers d'un questionnaire en ligne. L'enquête a considéré deux classes d'âge : les entrepreneurs de moins de 35 ans, et les plus de 35 ans. Les objectifs de l'observation sont les suivants :

→ **Etablir un état des lieux de la diversité dans l'Entrepreneuriat** – au sein des Entreprises réalisant de 0.5 à 250 millions d'Euros de CA –;

#### LES STÉRÉOTYPES

Le « plafond de verre » n'est pas encore brisé et l'égalité hommes-femmes est loin d'être une réalité dans les entreprises, petites ou grandes.



→ **Comprendre les principaux freins à l'Entrepreneuriat féminin** ;

→ **Alimenter les réflexions sur les politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin** à mener en identifiant plus précisément les obstacles les plus fréquemment rencontrés par les femmes et comparer les différences observées entre les 3 pays ;

→ **Peser sur les politiques de formation et d'accompagnement** afin de permettre en amont une amélioration de la situation observée

S'il existe déjà des études proches de l'enquête initiée par WIF, celle-ci se différencie par son caractère comparatif européen (plusieurs pays considérés) sa cible mixte hommes/femmes rarement adressée et son objectif axé sur la valeur ajoutée du "travailler, agir et innover ensemble" (hommes et femmes).

**Notre but est de présenter les faits observés et de casser les clichés qui perdurent afin d'objectiver les situations et permettre l'élaboration d'une réflexion susceptible d'améliorer notablement le futur.**

## NOTRE QUESTION DE RECHERCHE

La question principale qui sous-tend cette recherche est **l'identification des freins à l'évolution de l'entrepreneuriat en général et féminin** tout particulièrement, et, par voie de conséquence, de **permettre d'améliorer la mixité de l'entrepreneuriat**.

Cette étude se démarque d'autres travaux de recherche par certaines caractéristiques innovantes. Nous avons interrogé les intéressés eux-mêmes, **sans aucun filtre** et nous sommes concentrés sur **la différence de perception par tranche d'âge et par sexe**.

Nous proposons également des comparaisons par pays (France, Allemagne et Italie) lorsque le nombre de réponses le permet, ainsi qu'avec les résultats de l'enquête BNP Banque privée sur certains points similaires ou divergents qui nous apparaissent les plus saillants.

Enfin, cette étude faite en collaboration avec le CEDE-ESSEC bénéficie d'une validation académique, ce qui renforce la solidité des résultats présentés.



## LES POPULATIONS ÉTUDIÉES

Avec un tiers de réponses d'hommes entrepreneurs, et un peu moins d'un tiers des répondants femmes et hommes confondus ayant moins de 35 ans, l'échantillon présente un réel intérêt sur le statut personnel des entrepreneurs.

En France ce sont trois fois plus de femmes entrepreneurs qui sont sans enfant. A l'inverse, en Italie, 50% des hommes sont sans enfant contre 24% des femmes.

## LA MÉTHODOLOGIE SUIVIE

Le nombre total de réponses au questionnaire WIF est de 400 avec des réponses masculines et féminines. En revanche, la répartition par pays n'est pas homogène, ceci en raisons de difficultés évidentes d'accès direct aux intéressés :

- **Environ 225 en France** dont 74% de femmes et 26% d'hommes ;
- **Environ 65 en Allemagne** presque uniquement des femmes ;

→ **Environ 110 en Italie** dont 62% de femmes et 38% d'hommes.

Le nombre et la richesse du questionnaire et donc des réponses nous ont permis de réaliser une analyse avec un focus particulier sur les stéréotypes et sur les différences de postures et décisions entre femmes et hommes entrepreneurs.

Le graphe 1 donne le détail de cette répartition. Dans les 3 pays on peut remarquer que le statut des hommes et des femmes diffère : 40% des femmes sont seules contre 21% des hommes seulement et c'est encore plus marqué en Allemagne où 80% des femmes sont célibataire et sans enfants.

**Graphe 1 :**  
**âge des interrogés en fonction du sexe**

MOINS DE 35 ANS		
	Hommes	Femmes
France	21 %	22 %
Allemagne	-	8 %
Italie	21 %	31 %

PLUS DE 35 ANS		
	Hommes	Femmes
France	79 %	78 %
Allemagne	-	92 %
Italie	79 %	69 %



## TENDANCE

les femmes semblent souvent avoir fait un choix entre vie professionnelle et vie familiale.

Ces tendances sont à rapprocher des résultats publiés début Avril 2018 par WIF sur une étude réalisée dans les Grands Groupes, où il apparaît clairement que **les femmes semblent souvent avoir fait un choix entre vie professionnelle et vie familiale.**

A la question créateur ou repreneur, les réponses sont, là aussi, explicites et traduisent peu ou prou l'histoire de l'Entrepreneuriat dans les 3 pays au cours des trente dernières années :

- **90 % créateurs en France,**
- **80% créateurs en Allemagne**
- **51% créateurs en Italie.**

Enfin, concernant le niveau de diplômes, on peut dire que **les Entrepreneurs sont plutôt surdiplômés**, 75% ayant obtenu un niveau Master ou équivalent Ecole de Commerce et les hommes sont deux fois plus nombreux à posséder un PhD.

6

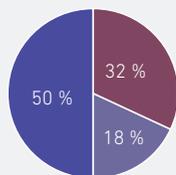
## LES PROFILS D'ENTREPRISES

Au global, 63% des entreprises ont moins de 10 salariés et seulement 12% plus de 50 employés. On pourrait penser que ces résultats sont le biais de l'échantillonnage réalisé mais des chiffres

publiés par l'OCDE en 2017 confirment qu'en France 95% des entreprises et en Allemagne 85% comptent moins de 10 salariés.

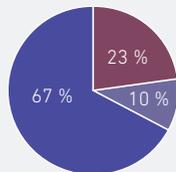
Il est confirmé que les femmes dirigent en général des structures plus petites que les hommes.

**Graphe 2 :**  
taille des entreprises des hommes répondants



■ < 10 salariés ■ 10 à 50 sal. ■ > 50 sal.

**taille des entreprises des femmes répondantes**

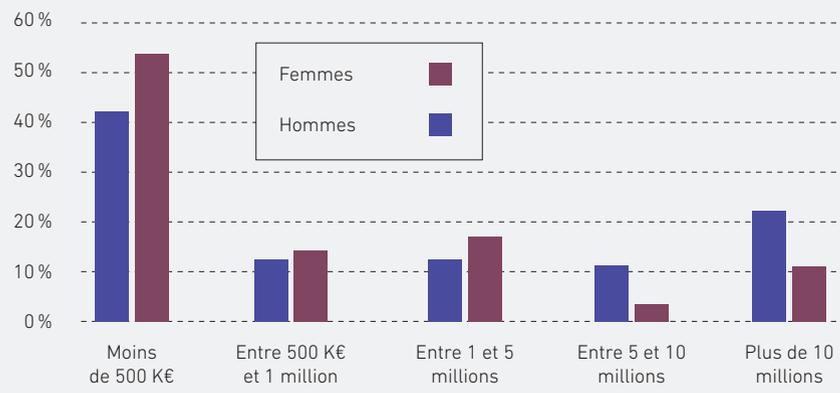


■ < 10 salariés ■ 10 à 50 sal. ■ > 50 sal.

Quant aux secteurs d'activité, **en France les secteurs les plus cités sont le conseil (40%), le e-commerce et les services aux personnes**, quand **en Italie**, les entrepreneurs sont principalement **dans l'industrie ou l'agro-alimentaire**. Plus intéressant encore, l'origine des entreprises italiennes, souvent familiales, remonte au début des années 90 quand en France et en Allemagne, le boom de l'entrepreneuriat se situe entre 2011 et 2015.

En liaison avec la typologie ci-dessous, la répartition des chiffres d'affaires (référence 2016) est la suivante :

**Graphe 3 :**  
répartition par sexe et par chiffre d'affaire annuel



En Italie, les femmes sont 40% à avoir un chiffre d'affaires entre 1 et 5 millions. Ce chiffre est à mettre en perspective avec les structures plus anciennes et plus importantes qu'en France et en Allemagne.

7

## LES SECTEURS D'ACTIVITÉS PRISÉS

en France les secteurs les plus cités sont le conseil (40%), le e-commerce et les services aux personnes



Les motivations sont assez proches chez les hommes et les femmes

## LES RÉSULTATS

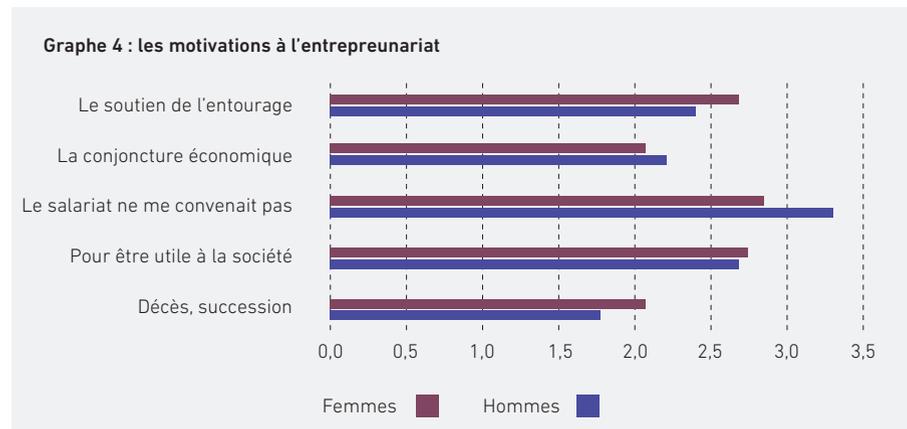
Les résultats concernent :

- Les motivations à l'entrepreneuriat et la perception des freins,
- les stéréotypes de genre,
- la perception des postures de management,
- les attitudes face à la gestion du capital et au développement à 3 ans, en fonction du genre.

8

## MOTIVATIONS À L'ENTREPREUNARIAT

Les motivations sont assez proches chez les hommes et les femmes comme le montre le graphe 4 ci-dessous (moyenne des notes qui allaient de 1 à 5) :



Dans les trois pays, une des raisons principales à entreprendre est liée à l'**environnement salarial insatisfaisant**, ce sentiment étant amplifié chez les moins de 35 ans.

La deuxième raison, elle aussi très prégnante chez les plus jeunes, est l'**engagement sociétal de l'entrepreneur. Créer des emplois et satisfaire ses clients sont aussi de fortes motivations.**

Enfin, l'analyse des réponses nous montre que les femmes prennent la décision d'entreprendre plutôt après 35 ans quand 36% des hommes prennent cette décision pendant leurs études.

## PERCEPTION DES FREINS À L'ENTREPREUNARIAT

Le questionnaire s'est intéressé à la perception des freins qui pourraient expliquer le **petit nombre de femmes entrepreneurs**. Femmes et hommes étaient invités à se prononcer sur ce point. Nous avons noté que les réponses comportaient beaucoup de similitudes avec la perception du plafond de verre dans les grands Groupes.

### Même difficulté à oser ?

Le frein commun à tous les entrepreneurs et dans tous les pays est l'**impact de l'entrepreneuriat**

**sur la vie de famille ou le poids des contraintes familiales** sur le volume de travail exigé de l'entrepreneur. A noter qu'en Italie tout particulièrement, les femmes mentionnent ce frein beaucoup plus que les hommes (20 points d'écart).

**Le problème de la confiance en elles – et de l'autocensure** -, souvent avancé pour expliquer ce retard à entreprendre chez les femmes est mentionné par toutes les femmes mais sensiblement plus en France et en Allemagne qu'en Italie. Ceci nous renvoie à l'étude WIF sur les Grands Groupes où l'autocensure des femmes cadres dirigeantes est également très peu citée en Italie. Deux points singuliers s'observent chez les femmes Françaises : elles sont 42% contre 17% des hommes à percevoir une difficulté dans l'accès aux financements. Elles sont aussi 42% en France contre moins ou à peine 25% dans les autres pays à penser qu'elles ne prennent pas assez de risques.

Si l'on observe à l'inverse **les freins à l'entrepreneuriat** perçus par tous les entrepreneurs eux-mêmes, les hommes n'identifient pas de frein prépondérant même si bien entendu sont évoqués les aspects financiers en général – **besoin de financement, peur de perte de revenus, peur de l'échec, contraintes familiales**. En Italie est aussi évoquée une conjoncture économique spécifique peu encourageante. Enfin les entrepreneurs sont très peu nombreux à se dire déçus de ce qu'ils vivent au quotidien.

## LES FREINS À L'ENTREPREUNARIAT

Le frein commun à tous les entrepreneurs et dans tous les pays est l'impact de l'entrepreneuriat sur la vie de famille ou le poids des contraintes familiales

les hommes et les femmes ont des stéréotypes très proches dans les 3 pays



## CONCERNANT LES STÉRÉOTYPES DE GENRE

9

Il est à préciser ici que les stéréotypes ont été mesurés en présentant une liste fermée de 13 mots ; les répondants devaient cocher un ou plusieurs mots en réponse aux deux questions : « diriez-vous que vous êtes... » et « de manière générale, les femmes/les hommes sont ... »

Il en ressort que **les hommes et les femmes ont des stéréotypes très proches dans les 3 pays** – comme dans les Grands groupes d'ailleurs -. En revanche, **il n'existe pas de ressenti de masculinisation des femmes devenant entrepreneurs** comme on avait en France dans les Grands Groupes chez celles qui gravissent les échelons hiérarchiques.

Les principales différences dans la vision des hommes et des femmes se situent sur la caractéristique la plus attribuée par les femmes aux femmes entrepreneures (et non perçue par les hommes) : **elles seraient combatives**. Cela pourrait provenir du fait que les femmes ont une perception beaucoup plus forte des freins à l'en-

ce sont surtout les femmes qui perçoivent des différences de management entre hommes et femmes.

trepreneuriat. Celles qui surpasseraient ces freins seraient donc particulièrement combattives.

Dans les 3 pays on trouve pour base le fait que **les femmes sont combattives, pragmatiques et en grande écoute de leurs équipes**. Elles ne seraient ni politiques ni autoritaires. Et de nouveau (voir freins ci-dessus), seules les Françaises sont perçues comme peu sûres d'elles et de leurs décisions.

A l'inverse, les femmes jugent les entrepreneurs sûrs d'eux et de leurs décisions.

**Les hommes se décrivent également comme stratégiques et les femmes comme intuitives.**

Lorsque l'on demande aux entrepreneurs de se décrire, les hommes et les femmes utilisent presque exactement les mêmes termes. Cela semble indiquer qu'il y aurait un profil type de l'entrepreneur au-delà du sexe. Ce profil est par ailleurs très proche du stéréotypes sur les femmes mais différent du stéréotype sur les hommes. Le stéréotype par exemple parle de personnalités autoritaires et peu à l'écoute, profil dans lequel les hommes ne se reconnaissent pas. Ces résultats semblent indiquer que **les femmes**

**en particulier ont à l'esprit une sorte de mythe de la figure de l'entrepreneur masculin : politique, stratège, sûr de lui et de ses décisions et peu à l'écoute.** Ce mythe, très éloigné de ce qu'elles sont, ne correspond pas non plus à la réalité **des hommes entrepreneurs qui se décrivent comme pragmatiques, combattifs et à l'écoute.** Cette vision des femmes peut expliquer que certaines s'autocensurent au sujet de l'entrepreneuriat et qu'elles éprouvent ainsi **un déficit de confiance en elles.**

## POSTURE DE MANAGEMENT SELON LE GENRE

L'enquête proposait dix caractéristiques managériales sur lesquelles il était demandé aux répondants de mettre une note de 1 à 5. Les moyennes obtenues sont les suivantes :

Les pratiques managériales des femmes et des hommes sont décrites comme **motivantes et**

**Graphe 5 : Vos projections à 3 ans**

	% de oui chez les hommes	% de oui chez les femmes
Prévision d'acquisition	40 %	31 %
Augmentation de capital	58 %	56 %
Création de filiales	45 %	34 %
Création de franchises	25 %	26 %
Diversification des produits	77 %	82 %

**orientées business.** Mais elles sont perçues comme autoritaires pour les hommes et équitables et humaines pour les femmes. Ces différences de perception de la posture managériale se trouvent essentiellement en France.

L'analyse des notes attribuées par les répondants en fonction de leur sexe permet de mettre en évidence que **ce sont surtout les femmes qui perçoivent des différences de management entre hommes et femmes.** Elles jugent que les hommes sont autoritaires et très orientés business. Les hommes quant à eux, décrivent le management des hommes et des femmes de la même façon.

## ATTITUDES FACE À LA GESTION DU CAPITAL ET AU DÉVELOPPEMENT À 3 ANS

Sur la question de la gestion du capital, la différence de genre est assez marquée. Les femmes :

→ Souhaitent garder le contrôle du capital,  
 → Semblent moins s'associer avec des personnes physiques,  
 → N'envisagent pas facilement les fusions/acquisitions comme moyen de croissance.  
 Les entrepreneurs étaient également interrogés sur leur stratégie de développement à 3 ans. Les données suivantes résument le faible impact du genre sur les projections des entrepreneurs :  
 Les perspectives de développement à l'international ne sont pas impactées par le genre des

**Graphe 6 : Perception des entrepreneurs sur le management**

	Mngt des femmes	Mngt des hommes
Autoritaires	2,4	3,4
Consensuelles	3,3	2,9
Plutôt motivantes	3,8	3,2
Équitables et humaines	3,9	3,0
Orientées business	3,8	3,8
Démotivantes	1,6	2,3
Influençables	2,3	2,4
Clairement communiquées	3,4	2,8
Intuitives	3,2	2,6
Risk adverses	2,7	2,6

### LES ATTITUDES

Sur la question de la gestion du capital, la différence de genre est assez marquée.



répondants. En revanche, **le niveau de diplôme peut induire un léger biais, les détenteurs de PhD se tournant plus facilement vers les USA.**

Par ailleurs, la présence de fonds dans le capital est plus faible en France et Italie qu'en Allemagne, même si les données doivent être analysées avec précaution. Il y a visiblement **une forte corrélation entre le secteur d'activité des entreprises et la présence de fonds** : certains segments attirent plus que d'autres vraisemblablement compte tenu du contexte socio-économique (économie digitale, e-commerce, hautes technologies notamment). A la lumière des réponses, on note que certaines variables sont impactées par la présence de fonds au capital :

→ Dans deux fois plus de cas, plusieurs associés figurent au capital aux côtés du fond,

→ Les stratégies de développement à 3 ans intègrent des acquisitions, la création de filiales ou le développement systématique à l'international dans la majorité des cas.



## FOCUS SUR LES IMPACTS DE GENRE PARTICULIÈREMENT EN FRANCE

En France, les plus petites structures sont généralement gérées par les femmes qui sont également 5 fois plus nombreuses que les hommes dans l'économie solidaire. De plus, elles s'associent moins que leurs collègues masculins. Tous pays confondus, **les femmes sont plus prudentes dans leurs investissements et préfèrent un endettement à 3 ou 5 ans.**

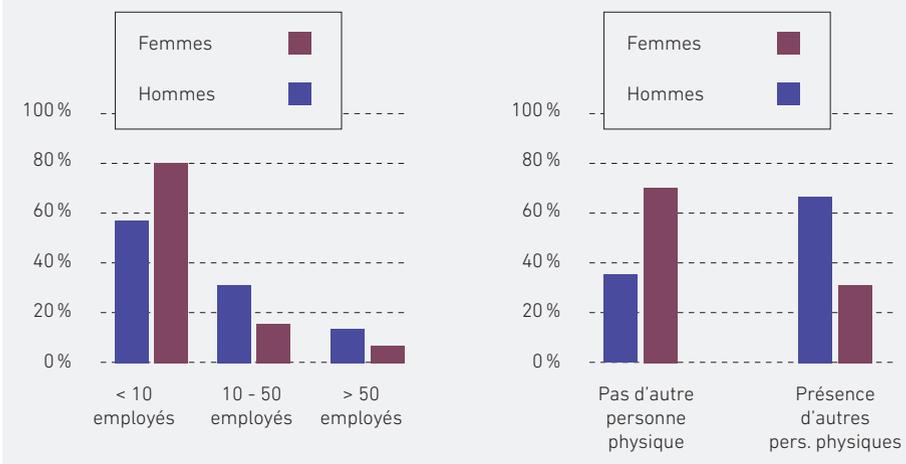
Les femmes expriment plus fortement leurs freins à l'entrepreneuriat : **peur de perdre des revenus, crainte de l'échec et contraintes familiales.** Le soutien de leur entourage est plus important que pour les hommes.

Enfin, en ce qui concerne les stéréotypes, leur perception n'est pas très éloignée de leur réalité sauf en ce qui concerne l'intuition qu'elles se voient posséder et qui n'est que peu mentionnée par l'ensemble des répondants.

**En revanche, les hommes se voient pragmatiques et à l'écoute des équipes quand l'ensemble des répondants les perçoivent surtout ambitieux autoritaires et pas du tout à l'écoute.**



Graphe 7 : les structures en France



### IMPACTS DE GENRE EN FRANCE

les femmes sont plus prudentes dans leurs investissements. En revanche, les hommes se voient pragmatiques et à l'écoute des équipes.

## CONCLUSION

Nous avons présenté en synthèse les principaux résultats et enseignements de l'étude menée sur les stéréotypes et la perception de certains critères entrepreneuriaux.

Les résultats détaillés sont à votre disposition sur notre site <http://women-initiative-foundation.com/fr/accueil/>.

Les conclusions concernant les stéréotypes sont les suivantes :

**Les hommes et les femmes ont des stéréotypes très proches dans les 3 pays.**

→ Les femmes entrepreneurs ont à l'esprit une sorte de mythe de l'entrepreneur masculin, ce qui pourrait générer le déficit de confiance en elle observé.

→ Il semble que les femmes aient un rapport au capital différent de celui des hommes : elles souhaitent plus souvent en garder le contrôle.

→ Enfin, en présence de fonds au capital les postures managériales et les décisions de croissance peuvent être assez profondément modifiées.

## PROPOSITIONS DE WIF

Suite à ces travaux d'études, une proposition de WIF serait de **renforcer son programme de mentoring bénévole sur certains points comme les politiques financières et de croissance.**

Ce programme pourrait valablement s'appuyer sur les points positifs observés dans les différents pays en recherchant les leviers qui permettent ces différences.

Une deuxième proposition pourrait concerner les **formations à l'entrepreneuriat** qu'on peut trouver à ce jour dans beaucoup de cursus d'ingénieurs ou de commerce : moins axer l'ensei-

gnement sur les levées de fonds – qui se feront naturellement si le business modèle est viable – et **proposer une sorte d'Erasmus de l'entrepreneuriat** pour lequel les cursus préparant à l'entrepreneuriat permettrait aux étudiants de **connaître des contextes Européens différents.**

## RECOMMANDATIONS DE WIF

→ **Continuer à élargir cette étude en ouvrant à des comparaisons américaines et canadiennes pour mieux comprendre la situation et définir les bonnes pratiques pour développer l'entrepreneuriat féminin**

→ **Renforcer son programme de mentoring bénévole sur les politiques financières et de croissance.** Ce programme pourrait valablement s'appuyer sur les points positifs observés dans les différents pays en recherchant les leviers qui permettent ces différences.

→ **Alimenter les réflexions des institutions et plus spécifiquement des institutions financières sur les politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin.** Cela passe par un meilleur accueil général des femmes chefs d'entreprise sur leurs projets par des équipes sensibilisées à cette approche et formées mais aussi par la création de fonds dédiés d'investissement.

→ **Contribuer par des formations stratégiques de haut niveau des entrepreneures de croissance à développer** leur leadership et leur réseau français et international pour créer des opportunités et des synergies.

→ **Enfin, proposer dans les formations à l'entrepreneuriat** dans les cursus d'ingénieurs ou de commerce une sorte d'Erasmus de l'entrepreneuriat : pour mieux connaître et s'inspirer des contextes européens différents.

## À PROPOS DE WOMEN INITIATIVE FOUNDATION (WIF)

Créé en 2016, WIF rassemble, organise et anime un vaste réseau (WIF's Global Circle Network) constitué de mentees et mentors, de ses partenaires stratégiques, de chefs d'entreprises, d'experts et d'amis, en France comme à l'échelle internationale (Europe & Etats-Unis). WIF encourage la promotion des femmes dans le monde de l'entreprise comme dans l'économie en général et ambitionne de devenir un laboratoire d'idées ainsi qu'un porte-voix fort en faveur de la mixité, du respect et de la reconnaissance des femmes dans le cadre de l'entreprise.

Au-delà de son action de sponsoring philanthropique, elle se fixe pour objectif d'encourager la recherche sur ces thèmes à travers des études et des rapports paneuropéens ainsi que des ouvrages spécialisés et des programmes universitaires comme celui développé à Stanford avec la BNP Paribas. Mi-2017, après avoir lancé avec succès un programme d'accompagnement bénévole pour les femmes entrepreneurs de société en croissance, WIF lance un programme transatlantique destiné aux entrepreneures françaises souhaitant développer leurs activités aux Etats-Unis, avec l'appui d'un mentor américain et aux entrepreneures américaines désireuses de s'implanter en Europe avec le concours d'un mentor européen.

## À PROPOS DE BNP PARIBAS WEALTH MANAGEMENT

BNP Paribas Wealth Management est une banque privée de premier plan à l'échelle mondiale et 1ère banque privée de la zone Euro. Présente dans 3 régions (Europe, Asie et États-Unis), elle emploie plus de 6 800 professionnels qui proposent à une clientèle d'investisseurs privés de multiples solutions pour optimiser et gérer leur patrimoine. Au 31 Mars 2018, la banque gérait 362 milliards d'euros d'actifs.

[WWW.WOMEN-INITIATIVE-FOUNDATION.COM](http://WWW.WOMEN-INITIATIVE-FOUNDATION.COM)

Contacts presse Women Initiative Foundation :

Sibylle de Villeneuve, 06 45 29 58 57, [sibylle@agenceraoul.com](mailto:sibylle@agenceraoul.com)

Lucie Vial Blondeau, 06 23 55 56 64, [lucie@agenceraoul.com](mailto:lucie@agenceraoul.com)

 **WOMEN  
INITIATIVE  
FOUNDATION**