



Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat
Université de Liège
Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat
EHSAL - K.U. Brussel

ENTREPRENEURIAT FEMININ EN WALLONIE

Étude coordonnée conjointement par :
Johan LAMBRECHT et **Fabrice PIRNAY**
et réalisée avec
Philippe AMEDODJI et **Zineb AOUNI**

Septembre 2003



Saut de section (page suivante)

REMERCIEMENTS

Nous souhaiterions exprimer nos plus sincères remerciements à toutes les personnes et institutions qui ont - de près ou de loin - collaboré à la réalisation de cette étude.

Conscients qu'il est impossible de dresser une liste exhaustive de ces personnes et institutions, nous voudrions toutefois en citer quelques-unes pour le rôle particulier qu'elles ont joué.

D'abord, nous voulons remercier le Ministre wallon de l'Economie pour la confiance qu'il nous a témoignée en nous confiant la réalisation de cette étude. Puisse l'étude sur l'Entrepreneuriat Féminin en Wallonie et les recommandations qui en découlent contribuer à une meilleure compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat féminin en Wallonie.

Au nom du Recteur Willy Legros, du Directeur Dirk De Ceulaer et du Recteur Marc Van Hoecke, nous remercions l'Université de Liège, la Europese Hogeschool Brussel (EHSAL) et la K.U. Brussel pour l'hospitalité et l'environnement scientifique et stimulant qu'elles offrent.

Nous tenons également à remercier les membres du Comité d'accompagnement présidé par madame Geneviève GALLOY (cabinet du Ministre wallon de l'Economie) pour leur collaboration et disponibilité. Nos remerciements vont également à Madame Chantal LOBERT (Présidente wallonne du Réseau des Femmes chefs d'entreprise Belge).

Monsieur Rudy Aernoudt (Chef de cabinet adjoint du Ministre wallon de l'Economie) mérite une mention spéciale pour son esprit critique et la pertinence de ses remarques et suggestions.

Nous sommes très reconnaissants vis-à-vis des collaborateurs d'INFOBASE, de BELFIRST, de l'INASTI et de l'INS pour leur efficacité dans la mise à disposition des données statistiques sur lesquelles se base notre l'étude.

Nos remerciements vont également à Madame Anne-Catherine Cooreman du Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat ainsi qu'à Mademoiselle Isabelle Hoebrechts et Madame Nadia Isaac du Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat pour leur travail de traduction et de relecture.

Last but not least, nous tenons à remercier très vivement les centaines de femmes et hommes chefs d'entreprise interviewées d'avoir accepté de consacrer une partie de leur temps précieux pour répondre à nos questions et apporter leur témoignage.

Prof. dr. Johan Lambrecht, dr. Fabrice Pirnay, Mr. Philippe Amédodji et Mlle Zineb AOUNI, septembre 2003.

TABLE DES MATIERES

A. CONTEXTE ET ENJEUX	1
B. OBJET DE L'ÉTUDE	3
C. MÉTHODOLOGIE	5
D. SYNTHÈSE	11
1. COMBIEN Y A-T-IL D'ENTREPRENEURS FÉMININS ?	11
<i>A. APPROCHE STATIQUE</i>	12
<i>B. APPROCHE DYNAMIQUE</i>	20
2. EXISTE-T-IL DES DIFFÉRENCES ENTRE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ ET L'ENTREPRENEURIAT MASCULIN ?	23
<i>A. LES « VRAIES » DIFFERENCES (EXCLUSIVEMENT ATTRIBUABLES AU GENRE)</i>	23
<i>B. LES « FAUSSES » DIFFERENCES (NON ATTRIBUABLES EXCLUSIVEMENT AU GENRE)</i>	26
<i>C. L'ABSENCE DE DIFFERENCES</i>	27
3. EXISTE-T-IL DES DIFFÉRENCES ENTRE LES FEMMES ENTREPRENEURS?	29
4. EST CE QUE LE GENRE INFLUENCE LE NIVEAU DE PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE ?	31
5. EXISTE-T-IL DES PROBLÈMES (DIFFICULTÉS - OBSTACLES) SPECIFIQUES A L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ ?	32
6. QUELLES SONT LES MESURES EXISTANTES POUR PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ	36

EN BELGIQUE ?	36
<i>A. LES MESURES GENERALES</i>	36
<i>B. LES MESURES SPECIFIQUES</i>	37
7. FAUT-IL PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ ?	38
PARTIE 0. ANALYSE DE LA LITTÉRATURE	42
0.1. PREMIER NIVEAU D'ANALYSE : CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES	44
0.1.1. <i>INTERET POUR LE DOMAINE DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ</i>	44
0.1.2. <i>DEFINITION DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ</i>	45
0.1.3. <i>DISPONIBILITE DES DONNEES STATISTIQUES</i>	45
0.2. DEUXIÈME NIVEAU D'ANALYSE : CONSIDÉRATIONS CONCERNANT L'ENTREPRISE	46
0.2.1. <i>CARACTERISTIQUES DES ENTREPRISES DETENUES PAR LES FEMMES ENTREPRENEURES</i>	46
0.2.2. <i>LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES DETENUES PAR LES FEMMES</i>	48
0.3. TROISIÈME NIVEAU D'ANALYSE : CONSIDÉRATIONS CONCERNANT L'INDIVIDU	51
0.3.1. <i>PROFIL ET MOTIVATIONS DES FEMMES ENTREPRENEURES</i>	51
0.3.2. <i>LE COMPORTEMENT DES FEMMES EN AFFAIRES</i>	56
0.3.3. <i>DIFFICULTES RENCONTREES PAR LES FEMMES ENTREPRENEURES</i>	59
PARTIE 1. ANALYSE QUANTITATIVE : ÉTAT DES LIEUX DE L'ENTRENEURIAT FÉMININ EN WALLONIE	64
1.1. LE NOMBRE DE FEMMES ENTREPRENEURS	67
1.1.1. <i>LES FEMMES DANS LES SOCIETES COMMERCIALES</i>	67
1.1.2. <i>LES FEMMES ASSUJETIES A LA TVA DES PERSONNES PHYSIQUES</i>	70
1.1.2.1. <i>APPROCHE STATIQUE</i>	70
1.1.2.2. <i>APPROCHE DYNAMIQUE</i>	73
1.2. LA PERFORMANCE DES FEMMES ENTREPRENEURS	79
1.1.3. <i>LA MARGE BRUTE ET LE CAPITAL SOCIAL DES SOCIETES COMMERCIALES</i>	79

1.1.3.1.	LA MARGE BRUTE.....	79
1.1.3.2.	LE CAPITAL SOCIAL.....	87
1.1.4.	LES REVENUS DES INDEPENDANTS EN WALLONIE	88
1.1.4.1.	ANALYSE SELON QUELQUES VARIABLES.....	90
1.1.4.2.	ÉVOLUTION DES REVENUS	103
1.1.4.3.	REPARTITION DES REVENUS SELON LE GENRE	109
1.1.4.4.	DUREE DE PAUVRETE DES INDEPENDANTS	113
PARTIE 2. ANALYSE DU CONTEXTE		118
2.1. TAUX D'UTILISATION DES MESURES GÉNÉRALES PAR LES FEMMES		121
2.1.1.	<i>DEMANDE AUPRES DE CERTAINS ORGANISMES PUBLICS D'AIDE FINANCIERE AU DEMARRAGE</i>	122
2.1.2.	<i>PARTICIPATION DES FEMMES AUX ORGANISATIONS PRATRONALES MIXTES</i>	127
2.2. LES MESURES SPÉCIFIQUES POUR PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ		130
2.2.1.	<i>LES MESURES SPECIFIQUES DANS LES PAYS DE L'UE</i>	130
2.2.2.	<i>LES MESURES SPECIFIQUES EN BELGIQUE</i>	135
PARTIE 3. ANALYSE DE L'INDIVIDU		136
3.1. L'ENQUÊTE TÉLÉPHONIQUE		141
3.1.1.	<i>LE PROFIL DE L'ENTREPRENEUR(E)</i>	141
3.1.1.1.	ÂGE ET NOMBRE D'ANNEES A LA TETE DE L'ENTREPRISE	142
3.1.1.2.	NIVEAU DE FORMATION SCOLAIRE.....	144
3.1.1.3.	LA SITUATION FAMILIALE	144
3.1.1.4.	PRESENCE DU (DE LA) CONJOINT(E)	147
3.1.1.5.	REPARTITION DU TEMPS DE TRAVAIL.....	147
3.1.1.6.	LES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES/QUALITES INDISPENSABLES A UN (UNE) CHEF D'ENTREPRISE ...	149
3.1.2.	<i>L'ENTREPRISE</i>	151
3.1.2.1.	LE SECTEUR D'ACTIVITE	151
3.1.2.2.	LES ACTIVITES A L'ETRANGER.....	152
3.1.2.3.	LE SIEGE D'EXPLOITATION ET LE LIEU D'HABITATION	152
3.1.2.4.	LA TAILLE DE L'ENTREPRISE	152

3.1.3.	<i>LE PROCESSUS DE CREATION D'ENTREPRISE</i>	156
3.1.3.1.	MODALITE POUR DEVENIR CHEF D'ENTREPRISE	156
3.1.3.2.	PARTICIPATION AUX FORMATIONS SUR LA CREATION/REPRISE D'ENTREPRISE	158
3.1.3.3.	ASSOCIES-ACTIONNAIRES LORS DE LA CREATION/REPRISE DE L'ENTREPRISE	159
3.1.3.4.	FINANCEMENT A LA CREATION/REPRISE	160
3.1.3.5.	PRINCIPALES RAISONS POUR DEVENIR CHEF D'ENTREPRISE.....	161
3.1.3.6.	PRINCIPAUX OBSTACLES LORS DE LA CREATION/REPRISE DE L'ENTREPRISE	162
3.1.3.7.	PROFESSIONS OU OCCUPATIONS DES PARENTS DU STARTER	163
3.1.3.8.	PROFESSIONS OU OCCUPATIONS DES CONJOINT(E)S DE L'ENTREPRENEUR AU DEMARRAGE.....	164
3.1.3.9.	PROFESSIONS OU OCCUPATIONS DE L'ENTREPRENEUR AVANT LE DEMARRAGE	165
3.1.4.	<i>SITUATION DE L'ENTREPRISE AU MOMENT DE L'ENQUETE</i>	167
3.1.4.1.	FINANCEMENT EXTERNE (PRIVE ET PUBLIC)	167
3.1.4.2.	PARTICIPATION AUX RESEAUX	169
3.1.4.3.	PRINCIPAUX OBJECTIFS.....	170
3.1.4.4.	PRINCIPAUX OBSTACLES	171
3.1.5.	<i>LES OPINIONS SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ</i>	172
3.1.6.	<i>LES PERFORMANCES</i>	175
3.1.6.1.	LES REVENUS NETS ANNUELS.....	175
3.1.6.2.	LA CREATION D'EMPLOI.....	180
3.1.6.3.	LES INDICATEURS FINANCIERS	182
3.2.	LES ENTRETIENS EN FACE-À-FACE	187
3.2.1.	<i>PROFIL DES FEMMES ENTREPRENEURES RENCONTREES</i>	188
3.2.2.	<i>CONDITIONS DE DEMARRAGE DES FEMMES</i>	189
3.2.3.	<i>CONDITIONS DE GESTION DES ENTREPRISES PAR LES FEMMES</i>	191
3.2.4.	<i>PARTICIPATION DES FEMMES CHEF D'ENTREPRISE AUX RESEAUX D'AFFAIRES</i>	193
3.2.5.	<i>OPINIONS SUR LES MESURES SPECIFIQUES VISANT A PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ</i>	195
BIBLIOGRAPHIE	197
ANNEXES	199
ANNEXE I :	QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE TÉLÉPHONIQUE.....	200
ANNEXE II :	RÉPARTITION PAR SECTEURS.....	216
ANNEXE III :	LES CATÉGORIES DE CONTRIBUTION.....	219

LISTE DES FIGURES

Figure 1 :	Répartition des PME selon le genre du(de la) gérant(e).....	68
Figure 2 :	Répartition des PME selon le genre et le secteur	69
Figure 3 :	Répartition du nombre des personnes physiques assujetties à la TVA par genre,	72
Figure 4 :	Répartition du nombre des créations d'activités par les personnes physiques assujetties à la TVA par genre et par secteur en Belgique (2001) (par ordre décroissant de part de création par les femmes).....	74
Figure 5 :	Répartition du nombre des cessation d'activités par les personnes physiques assujetties à la TVA par genre et par secteur en Belgique (2001) (par ordre décroissant de part de cessation par les femmes)	75
Figure 6 :	Répartition des sociétés par genre et par catégorie de marge brute en 2001	81
Figure 7 :	Comparaison entre la proportion des sociétés par genre et la part relative des marges brutes par genre en 2001	82
Figure 8 :	Nombre d'années pendant lesquelles une société demeure dans la catégorie de marge brute la plus faible par genre (sociétés dont la marge brute est connue pendant trois ans).....	83
Figure 9 :	Répartition des indépendants selon le genre et les catégories de revenus en 2000 ...	91
Figure 10 :	Comparaison entre le nombre d'indépendants selon le genre et leur part relative dans le total des revenus de tous les indépendants en 2000 (en pourcentage et montants absolu en euro)	92
Figure 11 :	Répartition des indépendants masculins selon les catégories d'âge et de revenus en 2000.....	93
Figure 12:	Répartition des indépendants féminins selon les catégories d'âge et de revenus en 2000.....	93
Figure 13:	Comparaison entre le nombre d'entrepreneurs masculins selon la catégorie d'âge et leur part relative dans la somme des revenus des indépendants masculins en 2000 (en pourcentage et en montants absolu en euro)	94
Figure 14:	Comparaison entre le nombre d'indépendants féminins selon la catégorie d'âge et leur part relative dans les sommes des revenus des indépendants féminins en 2000 (en pourcentage et en montant absolu en euro).....	95
Figure 15:	Répartition des indépendants masculins selon le secteur et la catégorie de revenus en 2000.....	96
Figure 16:	Répartition des indépendants féminins selon le secteur et la catégorie de revenus en 2000.....	96
Figure 17:	Comparaison entre la proportion d'indépendants masculins dans leur nombre total selon le secteur et la part relative de leurs revenus par secteur en 2000 (en pourcentage et en montant absolu en euro)	97
Figure 18:	Comparaison entre la proportion d'indépendants féminins dans leur nombre total selon le secteur et la part relative de leurs revenus par secteur en 2000 (en pourcentage et en montant absolu en euro)	98
Figure 19:	Répartition des indépendants masculins selon la nationalité et la catégorie de revenus en 2000.....	99
Figure 20:	Répartition des indépendants féminins selon la nationalité et la catégorie de revenus en 2000.....	99
Figure 21:	Comparaison entre la proportion d'indépendants masculins non-belges dans le	

	nombre d'indépendants masculins et la part relative des revenus de ces indépendants non-belges en 2000 (en pourcentage et en montant absolu en euro)	100
Figure 22:	Comparaison entre la proportion d'indépendants féminins non-belges dans le nombre d'indépendants féminins et la part relative des revenus de ces indépendants non-belges en 2000 (en pourcentage et en montant absolu en euro)	100
Figure 23:	Courbe de Lorenz pour la répartition des revenus chez les indépendants masculins	112
Figure 24:	Courbe de Lorenz pour la répartition des revenus chez les indépendants féminins..	112
Figure 25:	Nombre d'années de « pauvreté » selon la norme de 60% de la médiane chez les indépendants masculins (indépendants ayant un revenu depuis au moins 6 ans et ayant été au moins 1 an en dessous du « seuil de pauvreté »).....	115
Figure 26:	Nombre d'années de « pauvreté » selon la norme de 60% de la médiane chez les indépendants féminins (indépendants ayant un revenu depuis au moins 6 ans et ayant été au moins 1 an en dessous du « seuil de pauvreté »)	115
Figure 27:	Niveau de formation (n = 296).....	144
Figure 28:	Situation familiale à la création/reprise de l'entreprise (n = 299).....	145
Figure 29:	Situation familiale au moment de l'enquête (n = 300).....	145
Figure 30:	Les principales caractéristiques/qualités indispensables à un chef d'entreprise (en pourcentage, n = 300).....	150
Figure 31:	Répartition des entrepreneurs masculins et féminins selon le secteur d'activité	151
Figure 32:	Façon de devenir chef d'entreprise (n = 295).....	157
Figure 33:	Domaine de formation suivi par les créateurs/repreneurs d'entreprise.....	158
Figure 34:	Type d'associé-actionnaire lors de la création/reprise (en pourcentage, n = 163).....	160
Figure 35:	Les principales raisons pour devenir chef d'entreprise (en pourcentage, n = 300)...	161
Figure 36:	Profession ou occupation du conjoint à la création/reprise de l'entreprise	164
Figure 37:	Statut du starter avant la création/reprise de l'entreprise (en pourcentage, n = 300)	165
Figure 38:	Principaux objectifs fixés pour votre entreprise à moyen terme (5 à 10 ans).....	170
Figure 39:	Les principaux obstacles actuels	171
Figure 40:	Des affirmations (1=pas du tout d'accord, 2 = pas d'accord, 3 = plutôt d'accord,.....	173
Figure 41:	Revenus nets annuels provenant de l'entreprise par genre, (n = 216)	175
Figure 42:	Revenus nets annuels provenant de l'entreprise selon le niveau de formation	176
Figure 43:	Taux de croissance de Birch (2002-2001, n = 226).....	181
Figure 44:	Valeur ajoutée pour des entrepreneurs masculins (vah) et féminins (vaf) en fonction de la taille de l'entreprise. (1000 euros)	183
Figure 45:	Cash flow pour des entrepreneurs masculins (cfh) et féminins (cff) en fonction de la taille de l'entreprise (1000 euros).....	186

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 :	Dynamique entrepreneuriale des assujettis à la TVA par genre et par secteur-----	76
Tableau 2 :	Répartition de la marge brute par genre (1999-2001) (en Euro)-----	80
Tableau 3 :	Tableau des migrations de marges brutes en fonction du genre -----	84
Tableau 4 :	Changement annuel des marges brutes à la suite d'une migration -----	85
Tableau 5 :	Répartition de la marge brute des PME wallonnes (année 2001) par genre et par secteur (en pourcentage) -----	86
Tableau 6 :	Répartition du capital des sociétés wallonne (année 2001) par genre et par secteur (pourcentage en ligne)-----	87
Tableau 7 :	Répartition des revenus annuels selon le genre pour la période 1995-2000 (montants exprimés en euro)-----	89
Tableau 8 :	Répartition des revenus des indépendants par genre, par âge, par secteur et par nationalité en 2000-----	102
Tableau 9 :	Migrations des revenus des indépendants d'une année à l'autre-----	104
Tableau 10 :	Migrations des revenus des indépendants par genre -----	105
Tableau 11 :	Variations induites par les migrations (euros) -----	108
Tableau 12 :	Coefficients de Gini et quartiles par secteur chez les indépendants masculins (en 2000) -----	110
Tableau 13 :	Coefficients de Gini et quartiles par secteur chez les indépendants féminins (en 2000) -----	110
Tableau 14 :	Proportion par secteur entre le décile le plus haut et le plus bas chez les indépendants masculins (en 2000) -----	111
Tableau 15 :	Proportion par secteur entre le décile le plus haut et le plus bas chez les indépendants féminins (en 2000)-----	111
Tableau 16 :	Nombre d'indépendants étant sous le « seuil de la pauvreté » (euros) -----	113
Tableau 17 :	Nombre d'années de « pauvreté » selon le genre et selon la norme de 60% de la médiane durant la période 1995-2000 (indépendants ayant un revenu depuis au moins 6 ans)-----	114
Tableau 18 :	Proportion des indépendants ayant vécu en dessous du « seuil de pauvreté » selon le genre, le secteur et la nationalité (en pourcentage) -----	117
Tableau 19 :	Quelques mesures d'aides financières spécifiques à la création ou reprise d'entreprise-----	122
Tableau 20 :	Demande et octroi de la bourse First Spin-Off (1999-2002)-----	123
Tableau 21 :	Demande et octroi de la bourse de Pré-activité (1999 - 2002)-----	124
Tableau 22 :	Demande et octroi de crédits auprès du Fonds de participation (2002)-----	125
Tableau 23 :	Demande et octroi de crédits par CREDAL (2000-2002) -----	126
Tableau 24 :	Participation des femmes aux conseils d'administration des organisations professionnelles mixtes -----	128
Tableau 25 :	Les mesures spécifiques de promotion de l'entrepreneuriat féminin -----	131
Tableau 26 :	Les bonnes pratiques de promotion de l'entrepreneuriat féminin dans les pays de l'Union européenne -----	132
Tableau 27 :	Les mesures de promotion de l'entrepreneuriat féminin en Belgique -----	135
Tableau 28 :	Âge moyen et statut familial lors de la création de l'entreprise-----	142
Tableau 29 :	Evolution du statut familial entre la création/reprise et le moment de l'enquête---	146
Tableau 30 :	Répartition du temps (nombre d'heures en moyenne par semaine)-----	148

Tableau 31 :	Le temps consacré par la femme entrepreneure à sa famille (ascendants et descendants) en fonction du statut matrimonial (nombre d'heures en moyenne par semaine, $p < 0,01$, $n = 199$). -----	149
Tableau 32 :	Répartition des entreprises en fonction du secteur d'activité et de la taille -----	153
Tableau 33 :	Probabilité d'avoir une entreprise d'au moins 10 employés selon le degré de formation et le secteur d'activité (en pourcentage) -----	155
Tableau 34 :	Répartition par secteur d'activité de la façon de devenir chef d'entreprise (en pourcentage) -----	157
Tableau 35 :	Sources de financement externe (demandes introduites, en pourcentage, $n = 193$) --- -----	168
Tableau 36 :	Types d'aides publiques (demandes introduites, en pourcentage, $n = 60$) -----	168
Tableau 37 :	Types de réseaux (en pourcentage, $n = 94$) -----	169
Tableau 38 :	Impact sur les différences de revenus ($n = 213$, le premier chiffre de la cellule étant le coefficient estimé, le deuxième chiffre étant le « odds ratio » (= exp (coefficient estimé)) -----	178
Tableau 39 :	Probabilité de catégorie de revenus en fonction de la formation, du changement imprévu de situation personnelle pour devenir chef d'entreprise et du genre -----	179
Tableau 40 :	Impact sur la valeur ajoutée (va) -----	182
Tableau 41 :	Impact du genre sur le cash flow (cf) -----	184
Tableau 42 :	Le profil des femmes entrepreneures rencontrées lors des entretiens en face-à-face. -----	188

A. CONTEXTE ET ENJEUX

Une étude de l'INS (Institut national de statistique, 2000) a révélé qu'au cours des quarante dernières années, le nombre de femmes sur le marché belge de l'emploi a presque doublé alors que celui des hommes a chuté de près de 4%. Toutefois, la même étude a également constaté que la création d'entreprises à l'initiative des femmes en Belgique ne suit pas une évolution aussi favorable.

Les Petites entreprises¹ (PE) représentent plus de 98% du nombre total des entreprises de l'Union européenne (UE) et emploient environ 52% de la population active². Cette prépondérance confère ainsi aux PE un rôle primordial dans la création de richesse économique et d'emplois dans les pays de l'UE³.

Conscients de la contribution économique des PE, les pouvoirs publics et organisations privées cherchent à mettre en place et/ou à améliorer des initiatives pouvant répondre aux besoins de ces PE et de certains groupes cibles d'entrepreneurs à savoir, les jeunes entrepreneurs, les femmes entrepreneures, les seniors entrepreneurs, les co-entrepreneurs et les entrepreneurs issus de minorités ethniques.

Le rapport GEM - Wallonie 2001 (Global entrepreneurship monitor, IVLG et Babson college, 2003) a révélé que le Taux d'activité entrepreneuriale⁴ (TAE) des femmes en Belgique est un des plus faibles des pays de l'Union européenne et de l'OCDE. Les

¹ D'après la définition de l'UE, une PE est une entreprise de moins 50 employés ayant un chiffre d'affaires de moins de € 7 millions (Commission européenne, Journal officiel, N° L.107, 30.04.1996).

² CEEDR, Jeunes entrepreneurs, femmes entrepreneures, entrepreneurs issus de minorités ethniques et co-entrepreneurs dans l'Union européenne et en Europe centrale et de l'Est, mars 2000, p.2.

³ Idem 2.

⁴ L'indice du TAE est la somme de la proportion d'adultes impliqués dans la création de *sociétés naissantes* et de la proportion de ceux qui sont impliqués dans de *nouvelles sociétés*.

femmes (51% de la population belge) représenteraient un groupe cible dont le potentiel entrepreneurial serait sous-exploité.

Le présent rapport a pour objectif de mesurer le degré d'implication des femmes belges dans l'activité entrepreneuriale et de dresser les similitudes et les divergences entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin.

Combien y a-t-il de femmes chef d'entreprise ? Existe-t-il des différences entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin ? Existe-t-il des différences entre les femmes entrepreneures ? Le genre influence-t-il le niveau de performance de l'entreprise ? Quelles sont les mesures (générales et spécifiques) existantes pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Belgique ? Faut-il des mesures spécifiques pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Wallonie ? Telles sont les principales questions auxquelles cette étude apporte des réponses.

B. OBJET DE L'ETUDE

L'étude vise à mesurer et à décrire l'entrepreneuriat féminin afin d'évaluer les différences éventuelles avec l'entrepreneuriat masculin. Comme le montre la figure à la page suivante, l'étude comporte trois volets :

1. Dans un premier temps, nous dressons l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Belgique. Pour cela, nous abordons l'entrepreneuriat féminin sous l'angle du nombre des femmes entrepreneurs et de leur performance (marge brute, capital, revenu) dans différents secteurs d'activité. Cette analyse se base sur les données des femmes exerçant leurs activités entrepreneuriales soit dans le cadre d'une société commerciale⁵ constituée en personne morale assujettie à la TVA ou en personne physique assujettie à la TVA.
2. Nous avons analysé ensuite le contexte institutionnel dans lequel les femmes entrepreneures démarrent et exercent leurs activités. Cette partie analyse le taux d'utilisation de certaines mesures générales par les femmes belges et wallonnes et dresse l'inventaire des mesures spécifiques pour promouvoir l'entrepreneur féminin en Belgique et en Europe.
3. Enfin, sur la base des résultats d'une enquête (téléphonique et entretien en face-à-face) menée auprès des chefs de Petite et moyenne entreprise⁶ (PME) en Wallonie, nous avons dressé et comparé les principales caractéristiques des entrepreneur(e)s et de leurs entreprises.

⁵ Une société ayant une personne juridique distincte de celle du(des) propriétaire(s).

⁶ D'après la définition de l'UE, une PME est une société commerciale répondant aux trois critères suivants : (1) l'effectif ne dépasse pas 250 employés, (2) le chiffre d'affaire n'excède pas € 40 000 000 ou le total du bilan n'excède pas € 27 000 000 et (3) l'indépendance financière (le quart du capital au maximum, est détenu par une ou plusieurs grandes entreprises qui ne sont ni des investisseurs institutionnels n'exerçant aucun contrôle, ni des sociétés publiques de participation, ni des sociétés de capital à risque)

LES 3 VOLETS DE L'ETUDE

Partie I

ÉTAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ EN WALLONIE

Objectif : Dresser l'état des lieux quantitatif de l'entrepreneuriat féminin en Belgique (Wallonie, Flandre, Bruxelles capitale).

Finalité : Constitution d'une batterie d'indicateurs quantitatifs permettant une comparaison par genre et par Région.

Méthode :

- 1.1. Nombre de femmes entrepreneurs
- 1.2. Performance des femmes entrepreneurs

Partie 2

ANALYSE DU CONTEXTE

Objectif : Dresser le taux d'utilisation par les femmes des mesures générales et faire l'inventaire des initiatives les plus notoires pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Belgique et en Europe.

Finalité : Détecter d'éventuels manquements des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat féminin en Wallonie.

Méthode :

- 2.1. Taux d'utilisation par les femmes des mesures générales
- 2.2. Inventaire des mesures spécifiques en Belgique et en Europe

Partie 3

ANALYSE DE L'INDIVIDU

Objectif : Analyser les caractéristiques principales (l'âge, les motivations, les atouts, les contraintes, défis, etc) des femmes entrepreneurs wallonnes et les comparer avec celles de leurs homologues masculins.

Finalité : Identifier d'éventuelles similitudes et différences entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin en Wallonie.

Méthode :

- 3.1. Enquete téléphonique
- 3.2. Entretiens en face-à-face.

C. METHODOLOGIE

Plusieurs sources de données ont permis de réaliser l'étude sur l'entrepreneuriat féminin en Wallonie. En effet, l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin et l'analyse du contexte se fondent sur des données secondaires recueillies auprès d'INFOBASE⁷, de l'INS (Institut national de statistiques)⁸ et de l'INASTI (Institut national d'assurances sociales pour travailleurs Indépendants)⁹. Quant à l'analyse de l'individu, elle a été réalisée à partir de données primaires provenant des résultats d'une enquête téléphonique et des entretiens en face-à-face réalisés auprès d'entrepreneurs wallons au cours du premier semestre de l'année 2003.

1. ETUDE QUANTITATIVE : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ

L'étude quantitative a été réalisée au moyen du logiciel statistique SAS sur des données de INFOBASE, de l'INS et de l'INASTI.

- **Les données INFOBASE** : Elles portent sur les sociétés commerciales constituées en personnes morales assujetties à la TVA en Belgique. Nous y avons observé plus précisément les PME belges dont le genre du(de la) gérant(e) est connu.

⁷ INFOBASE : Société belge de collecte, de développement et de maintenance de bases de données juridico-commerciales. (<http://www.infobase.be/indexfr.html>).

⁸ L'INS est le statisticien officiel de la Belgique dont la tâche est de collecter, de traiter et de diffuser l'information chiffrée. (<http://statbel.fgov.be/info/mission>).

⁹ L'INASTI est un organisme public décentralisé qui, en collaboration avec ses partenaires, veille à l'application optimale des garanties sociales des indépendants. (<http://www.inasti.be/fr/index.htm>).

Pour rappel, d'après la définition de l'UE, une PME est une société commerciale répondant aux trois critères suivants : (1) l'effectif ne dépasse pas 250 employés, (2) le chiffre d'affaire n'excède pas € 40 000 000 ou le total du bilan n'excède pas € 27 000 000 et (3) l'indépendance financière (le quart du capital au maximum, est détenu par une ou plusieurs grandes entreprises qui ne sont ni des investisseurs institutionnels n'exerçant aucun contrôle, ni des sociétés publiques de participation, ni des sociétés de capital à risque). Les données recueillies par genre (Homme, Femme, Homme et Femme) contiennent :

- le N° de TVA ;
 - le Code postal du siège d'activité ;
 - le Code NACE-BEL (2 chiffres) ;
 - l'effectif moyen des employés (équivalent temps plein) (1999 - 2001) ;
 - la marge brute (1999 - 2001) ;
 - le capital social (1999 - 2001).
-
- **Les données de l'INS** : Cette base de données reprend des informations concernant les personnes physiques assujetties à la TVA. La répartition par genre a été obtenue grâce au rapprochement des données sur les assujettis et aux données sur leur numéro national. Faute de numéro national, les associations de fait et les assujettis résidant sous des statuts particuliers n'ont pas été pris en compte. Les données sont structurées par genre, par Région et par secteur d'activité (Code NACE-BEL - 2 chiffres) et contiennent :
 - le nombre des assujettis actifs au 31 décembre 2001 ;
 - le nombre de création en 2001 ;
 - le nombre de radiation (cessation) en 2001.
-
- **Les données de l'INASTI** : Se sont des informations issues de la déclaration de revenus d'activité principale des indépendants pour la période allant de 1995 à 2001¹⁰. Il s'agit, d'une part, des revenus des indépendants qui, durant l'année

¹⁰ Les données disponibles se rapportent aux revenus connus de l'INASTI.

1995 ou auparavant étaient indépendants à titre principal et, d'autre part, des revenus des personnes qui, après 1995, ont commencé à titre principal une activité d'indépendant. Le revenu considéré (pour l'activité de l'indépendant à titre principal) est égal aux revenus bruts des activités déduction faite des dépenses et charges de l'entreprise et des pertes éventuelles¹¹, et ce conformément à la législation sur les impôts sur les revenus. Les données sont structurées par genre et reprennent :

- le secteur d'activité (voir **Annexe II** pour la répartition des secteurs) ;
- l'état civil ;
- la nationalité ;
- l'arrondissement.
- la catégorie de contribution (Voir **Annexe III** pour les catégories de contribution) ;
- les catégories d'âge ;
- le nombre de trimestres en tant qu'indépendant à titre principal ;
- la date du démarrage, et éventuellement celle de la cessation de l'activité d'indépendant à titre principal ;
- le titre (indépendant ou aidant) ;
- les allocations familiales liées au statut social de l'indépendant.

L'analyse statistique des revenus ne prend en compte que les indépendants qui avaient une valeur pour les variables en question et qui appartenaient à l'une des catégories de contribution suivantes :

- catégorie de contribution A : indépendants à titre principal ;
- catégorie de contribution J : indépendants à titre principal selon l'article 12 (collaboration de l'époux au nom des conjoints) ;
- catégorie de contribution Q : collaboration volontaire de l'époux ;

¹¹ Ainsi il y a également des revenus négatifs dans l'ensemble des données.

- catégorie de contribution W : indépendants à titre principal après avoir atteint l'âge de la retraite.

2. ANALYSE DU CONTEXTE

L'analyse du contexte dans lequel les femmes entrepreneures démarrent et gèrent leurs activités en Belgique a été réalisée sous deux angles à savoir, l'estimation du taux d'utilisation de certaines mesures générales (ou mixtes) par les femmes en Wallonie ou en Belgique et l'inventaire des mesures spécifiques pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

- **Le taux d'utilisation par les femmes de certaines mesures générales** : Les mesures générales qui ont fait l'objet de cette analyse sont celles dont nous avons pu disposer des données statistiques fiables et ventilées par genre. Les données sur le nombre de demandes introduites et le nombre de demandes acceptées ont permis de calculer le taux d'octroi par genre c'est-à-dire le rapport entre le nombre de demandes acceptées et le nombre de demandes introduites.
- **L'inventaire des mesures spécifiques** : Elle se base sur les résultats du rapport commandité par la Commission européenne sur les bonnes pratiques pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin (IfGH, décembre 2002). En effet, ce rapport a recensé dans les Etats membres de l'UE et dans les pays de l'AELE/EEE les actions (ou mesures) spécifiques visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin sur la base de trois critères à savoir :
 - les critères fondés sur le prestataire ;
 - les critères fondés sur l'utilisateur ;
 - les critères fondés sur le contenu.

Grâce à des critères supplémentaires (dits minimaux et additionnels), le rapport a également identifié des bonnes pratiques pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

3. ANALYSE DE L'INDIVIDU : L'ETUDE EMPIRIQUE

L'étude empirique comporte une analyse quantitative et une analyse qualitative.

- **L'approche quantitative** : Elle repose sur une enquête téléphonique réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 200 femmes et 100 hommes chefs d'entreprises.

Dans le but d'obtenir un taux de réponse satisfaisant, des lettres de sollicitation ont été préalablement envoyées à 2 000 prospects (dont 1500 femmes et 500 hommes) extraits, de façon aléatoire, de la base de données fournie par BEL-FIRST¹². Les données ont été recueillies auprès d'un groupe homogène de personnes détentrices du capital social (en partie ou en totalité) d'une PME dont elles assurent la gestion quotidienne.

D'une durée moyenne d'un quart d'heure par prospect, l'entretien téléphonique s'est déroulé durant la période allant du 26 février au 14 mars 2003 et a permis de rassembler une masse importante d'informations.

Inspiré par les constats majeurs de la littérature disponible sur l'entrepreneuriat féminin en particulier et sur le phénomène entrepreneurial en général, le guide des entretiens téléphoniques (*Voir Annexe I*) aborde les thèmes suivants :

- les caractéristiques de l'entreprise au moment de l'enquête (secteur d'activité, taille, etc.) ;

¹² BEL-FIRST est un logiciel de traitement intégré à une base de données sur les 300 000 sociétés belges qui ont déposé leurs comptes au moins une fois au cours des cinq derniers exercices.

- le processus de création/reprise d'entreprise (financement, actionnariat, etc.) ;
- les motivations et obstacles à la création/reprise et au développement ;
- les caractéristiques de l'entrepreneur à la création/reprise et au moment de l'enquête (âge, formation, etc.) ;
- les objectifs à moyen terme de l'entrepreneur ;
- les opinions sur les mesures spécifiques visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin.

Les résultats de l'enquête téléphonique ont été analysés à l'aide du logiciel statistique SAS. Pour une analyse plus approfondie des données, des tests statistiques ("chi carré", analyse de variance, régression logistique, analyse de régression, etc.) ont été réalisés.

- **L'approche qualitative** : Elle se fonde sur les propos recueillis auprès de 20 femmes chefs d'entreprise ayant accepté le principe d'un entretien en face-à-face permettant d'aborder des aspects plus difficilement envisageables lors d'un entretien téléphonique. Étalés sur la période d'un mois (du 20 mai au 20 juin 2003), chaque entretien en face-à-face a duré en moyenne trois quarts d'heure et s'est basé sur une série de questions permettant d'éclairer certains résultats qui découlaient de l'analyse de l'enquête téléphonique.

D. SYNTHÈSE

1. COMBIEN Y A-T-IL D'ENTREPRENEURS FÉMININS ?

Cette première question vise à dresser un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Belgique. Dans la mesure où l'entrepreneuriat recouvre une multitude de réalités hétérogènes, il convient dans un premier temps de préciser ce que nous entendons par entrepreneuriat féminin. Traditionnellement, on distingue deux formes génériques d'entrepreneuriat : l'entrepreneuriat en personne physique et l'entrepreneuriat personne morale, la première recouvre essentiellement les individus qui ont décidé de travailler à leur compte en tant qu'indépendant en ne faisant généralement appel à aucune aide rémunérée, la seconde implique quant à elle de constituer une personnalité juridique distincte, une société commerciale qui aura la capacité d'engager un ou plusieurs travailleurs rémunérés. Dans le cadre de ce travail, bien que nous nous soyons prioritairement focalisés sur l'entrepreneuriat personne morale, nous avons intégré l'entrepreneuriat personne physique à chaque fois que nous en avons l'occasion.

Il convient d'attirer l'attention du lecteur sur le fait que si les données relatives à l'entrepreneuriat personne physique permettent de déterminer sans aucune ambiguïté le genre des personnes (homme – femme), il n'en est pas de même pour les données relatives à l'entrepreneuriat personne morale. Face à ce problème, nous avons dû recourir à certains ajustements dont le moindre n'est sans doute pas d'avoir créé un troisième genre ('mixte') pour les sociétés commerciales dont le genre du (de la) gérant(e) n'était pas clairement identifiable.

L'analyse descriptive a été réalisée sous deux angles complémentaires à savoir : l'approche **statique** et l'approche **dynamique**. L'approche **statique** consiste à prendre une 'photographie' de la situation à un moment précis dans le temps (au 31 décembre 2001); l'approche **dynamique** consiste quant à elle à placer cette photographie dans une perspective temporelle (décembre 2000 à décembre 2001) de manière à pouvoir appréhender la manière dont évolue le phénomène au cours du temps.

A. APPROCHE STATIQUE

La photographie de l'entrepreneuriat féminin a été effectuée en deux temps : en se focalisant d'abord sur la répartition géographique (ventilation du phénomène par région et par genre), en se focalisant ensuite sur la répartition sectorielle (ventilation du phénomène par secteur, par région et par genre).

Répartition géographique

PERSONNE PHYSIQUE : Assujettis T.V.A. Situation au 31 décembre 2001 (Source : INS)							PERSONNE MORALE : Sociétés commerciales Situation au 31 décembre 2001 (Source : INFOBASE)								
	Femme	Homme	TOTAL	Femme	Homme	TOTAL		Femme	Mixte	Homme	TOTAL	Femme	Mixte	Homme	TOTAL
Flandre	60.973	167.427	228.400	27%	73%	100%	Flandre	27.566	23.970	119.680	171.216	16%	14%	70%	100%
Wallonie	31.932	91.098	123.030	26%	74%	100%	Wallonie	9.319	7.218	37.330	53.867	17%	13%	69%	100%
Bruxelles	7.278	17.951	25.229	29%	71%	100%	Bruxelles	7.446	6.265	31.690	45.401	16%	14%	70%	100%
TOTAL	100.183	276.476	376.659	27%	73%	100%	TOTAL	44.331	37.454	188.700	270.484	16%	14%	70%	100%
Flandre	61%	61%	61%				Flandre	62%	64%	63%	63%				
Wallonie	32%	33%	33%				Wallonie	21%	19%	20%	20%				
Bruxelles	7%	6%	7%				Bruxelles	17%	17%	17%	17%				
TOTAL	100%	100%	100%				TOTAL	100%	100%	100%	100%				

- **Les personnes physiques (assujetties à la TVA) :**
 - La Belgique comptait en 2001 un peu plus de 376.000 personnes physiques assujetties à la TVA dont 61% étaient établies en Flandre, 33% en Wallonie et 7% à Bruxelles.

- Parmi l'ensemble des 123.030 assujettis en Région wallonne, la proportion de femmes s'élève à 26% pour 74% d'hommes. Dans les deux autres régions, on observe des proportions semblables, tant chez les femmes (27% en Flandre et 29% à Bruxelles) que chez les hommes (73% en Flandre et 71% à Bruxelles).
- **Les personnes morales (sociétés commerciales) :**
 - La Belgique comptait en 2001 près de 271.000 PME dont 63% étaient établies en Flandre, 20% en Wallonie et 17% à Bruxelles. Notons que si la Wallonie représente un tiers (33%) de l'ensemble des personnes physiques assujetties à la TVA, elle ne représente qu'un cinquième (20%) de l'ensemble des sociétés commerciales.
 - Parmi les 53.867 PME wallonnes, 17% sont dirigées uniquement par des femmes, 70% uniquement par des hommes et le reste (23%) conjointement par des femmes et des hommes. Cette répartition par genre est quasiment identique dans les deux autres régions.

Deux conclusions peuvent déjà être dressées suite à l'analyse de ces tableaux :

1. Sur un plan national, le taux de pénétration de l'entrepreneuriat féminin présente une différence significative selon que l'on considère l'entrepreneuriat personne physique (27%) ou l'entrepreneuriat personne morale (16%).
2. Sur un plan régional, les taux de pénétration de l'entrepreneuriat féminin sont par contre très proches de ceux observés au niveau national, et ce tant pour l'entrepreneuriat personne physique (variant entre 26 et 29%) que pour l'entrepreneuriat personne morale (variant entre 16 et 17%).

Si l'entrepreneuriat féminin présente un visage parfaitement homogène en termes de répartition géographique, il n'en va pas de même lorsqu'on ventile le phénomène sur une base sectorielle.

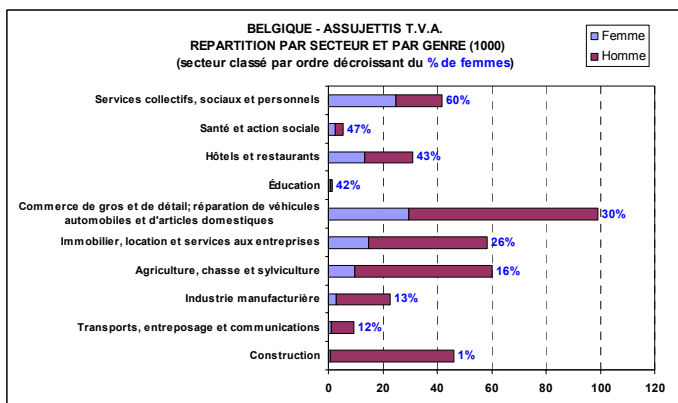
Répartition sectorielle

La répartition sectorielle de l'entrepreneuriat féminin a fait l'objet de plusieurs analyses regroupées au tableau ci-après. Ce tableau est composé de huit graphiques qui, à l'instar des pièces d'un puzzle, ne révèlent leur véritable signification qu'une fois que l'on cherche à les comparer entre eux et à les assembler de manière à faire émerger une image la plus riche et la plus fidèle d'une réalité.

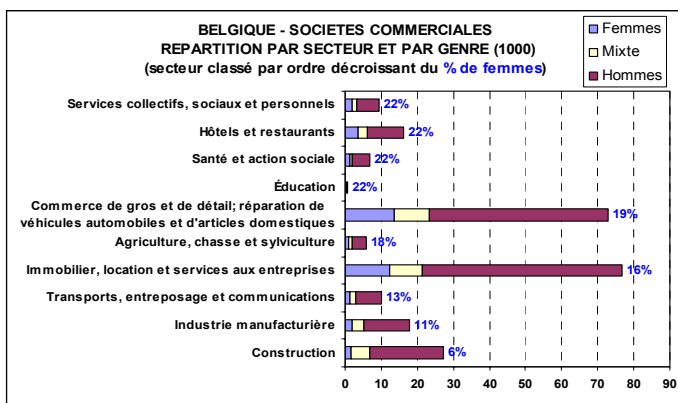
Il convient toutefois de préciser la méthodologie et les principes qui ont présidé à la construction de ces huit graphiques. Nous avons distingué l'entrepreneuriat personne physique (colonne de gauche) de l'entrepreneuriat personne morale (colonne de droite) ; pour chacun des ces deux types, nous avons distingué quatre niveaux d'analyse géographique (Belgique, Bruxelles, Flandre et Wallonie). Le croisement de ces deux dimensions et de leurs modalités associées nous donne un tableau composé de deux colonnes et de quatre lignes, soit huit cellules en tout. Prise séparément, ces cellules appréhendent chacune une partie (un fragment) de la réalité entrepreneuriale et géographique que nous étudions. Elles peuvent à ce titre être considérées comme les pièces d'un puzzle qui, individuellement ne présentent pas beaucoup d'intérêt, mais dont le contenu en information s'accroît significativement lorsqu'on les assemble et les compare pour reconstituer le puzzle dans son intégralité.

Pour chacune de ces cellules, nous avons représenté les secteurs d'activités par des bâtonnets dont la longueur est proportionnelle à leur poids dans l'économie (exprimé en nombre d'entreprises qui y sont actives). En outre, nous avons indiqué pour chaque secteur la proportion d'hommes et de femmes qui y sont présent(e)s et avons finalement classé les secteurs par ordre décroissant du taux de présence des femmes.

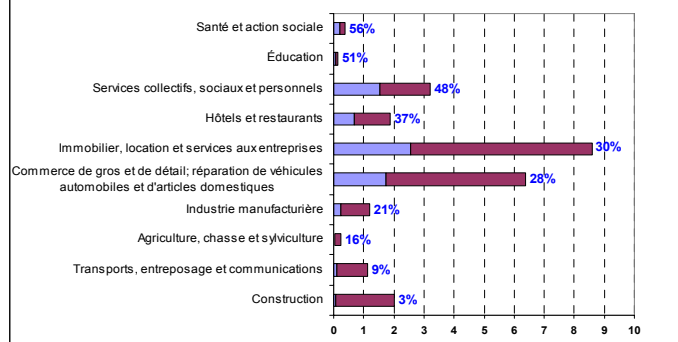
PERSONNE PHYSIQUE : Assujettis T.V.A.
Situation au 31 décembre 2001 (Source : INS et INASTI)



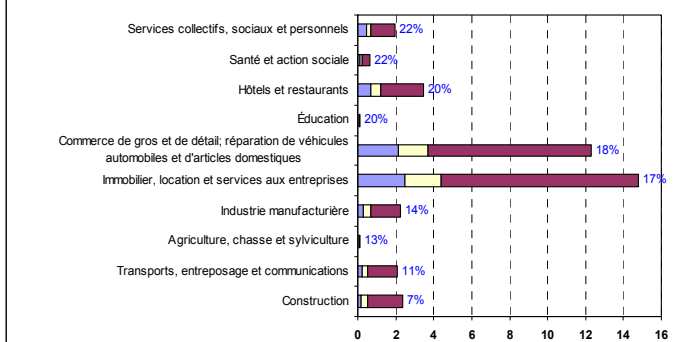
PERSONNE MORALE : Sociétés commerciales
Situation au 31 décembre 2001 (Source : INFOBASE)



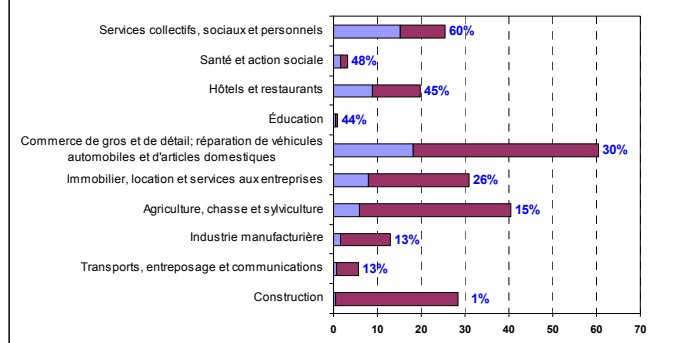
BRUXELLES - ASSUJETTIS T.V.A.
REPARTITION PAR SECTEUR ET PAR GENRE (1000)
(secteur classé par ordre décroissant du % de femmes)



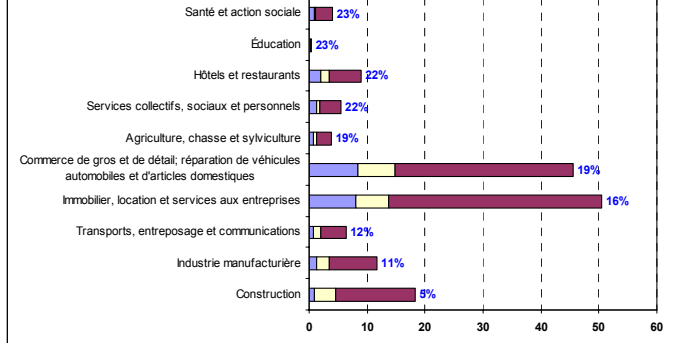
BRUXELLES - SOCIÉTÉS COMMERCIALES
REPARTITION PAR SECTEUR ET PAR GENRE (1000)
(secteur classé par ordre décroissant du % de femmes)



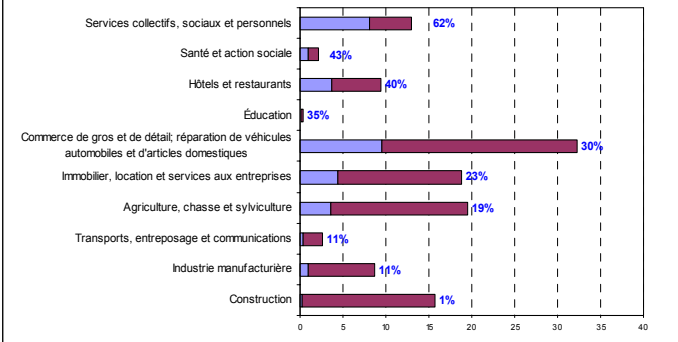
FLANDRE - ASSUJETTIS T.V.A.
REPARTITION PAR SECTEUR ET PAR GENRE (1000)
(secteur classé par ordre décroissant du % de femmes)



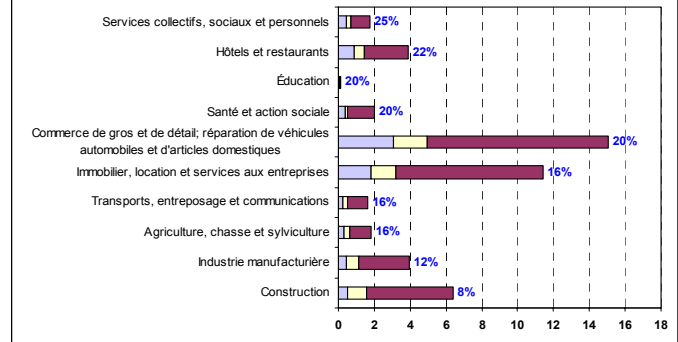
FLANDRE - SOCIÉTÉS COMMERCIALES
REPARTITION PAR SECTEUR ET PAR GENRE (1000)
(secteur classé par ordre décroissant du % de femmes)



WALLONIE - ASSUJETTIS T.V.A.
REPARTITION PAR SECTEUR ET PAR GENRE (1000)
(secteur classé par ordre décroissant du % de femmes)



WALLONIE - SOCIÉTÉS COMMERCIALES
REPARTITION PAR SECTEUR ET PAR GENRE (1000)
(secteur classé par ordre décroissant du % de femmes)



Les principaux constats et enseignements que nous avons pu tirer de ces graphiques sont les suivants :

1. **Une répartition sectorielle très inégale, tant pour les personnes physiques que pour les personnes morales.** Si il n'est pas surprenant de constater que les secteurs d'activités ne sont pas tous homogènes en termes de nombre d'entreprises qui y sont actives, il convient toutefois de remarquer que certains secteurs constituent une part plus importante du tissu économique d'une région ou du pays, alors que d'autres sont moins importants, voire marginaux. Ce constat est particulièrement vrai pour l'entrepreneuriat personne morale dont les deux plus importants secteurs (« Commerce de gros et de détail; réparation de véhicules automobiles et d'articles domestiques » et « Immobilier, location et services aux entreprises ») représentent environ la moitié de l'ensemble des sociétés commerciales.

Ce phénomène de concentration sectorielle est également observable chez les personnes physiques assujetties à la TVA, à deux nuances près toutefois : d'une part, il se manifeste dans des proportions moindres (les secteurs sont plus équitablement représentés) et, d'autre part, il est géographiquement moins robuste dans la mesure où certains pôles d'attractivité sectorielle varient d'une région à l'autre (ainsi, par exemple, si le secteur « Immobilier, location et services aux entreprises » est de loin le plus important en région bruxelloise, il est moins important dans les tissus économiques flamand et wallon qui sont majoritairement composés d'indépendants actifs dans les secteurs « Commerce de gros et de détail; réparation de véhicules automobiles et d'articles domestiques » et « Agriculture, chasse et sylviculture »).

2. **Le taux de présence des femmes dans les secteurs d'activités : une réalité multiple à géométrie variable.** S'agissant de la répartition par

genre au sein des secteurs d'activités, l'analyse des huit graphiques montre que le puzzle de l'entrepreneuriat féminin n'est pas une réalité homogène et monolithique mais que c'est une réalité multiple à géométrie variable. En effet, notre analyse montre très clairement que selon l'endroit du référentiel 'Qui – Quoi – Où'¹³ dans lequel on se place, l'entrepreneuriat féminin peut prendre des visages très différents. Nous présentons ci-dessous deux constats qui étayent notre assertion :

- a. **Un effet sectoriel modéré.** Les taux de présence des femmes dans les secteurs les plus importants de l'économie sont relativement proches des moyennes calculées sur l'ensemble de la population, à savoir 27% de femmes parmi les indépendants et 16% parmi les sociétés commerciales. Certains secteurs connaissent malgré tout des taux de présence féminine qui s'écartent plus ou moins fortement de ces valeurs moyennes, tantôt en excès, tantôt en défaut. Toutefois, force est de constater que ces écarts par rapport à la moyenne sont principalement observés dans des secteurs de petite taille qui ne concernent qu'une (faible) partie du tissu économique. En effet, parmi les secteurs qui connaissent un taux d'entrepreneuriat féminin supérieur à la moyenne (ceux qui figurent dans le haut des graphiques), on retrouve systématiquement le même quatuor composé des « Services collectifs, sociaux et personnels », « Hôtels et restaurants », « Santé et action sociale » et « Education ».

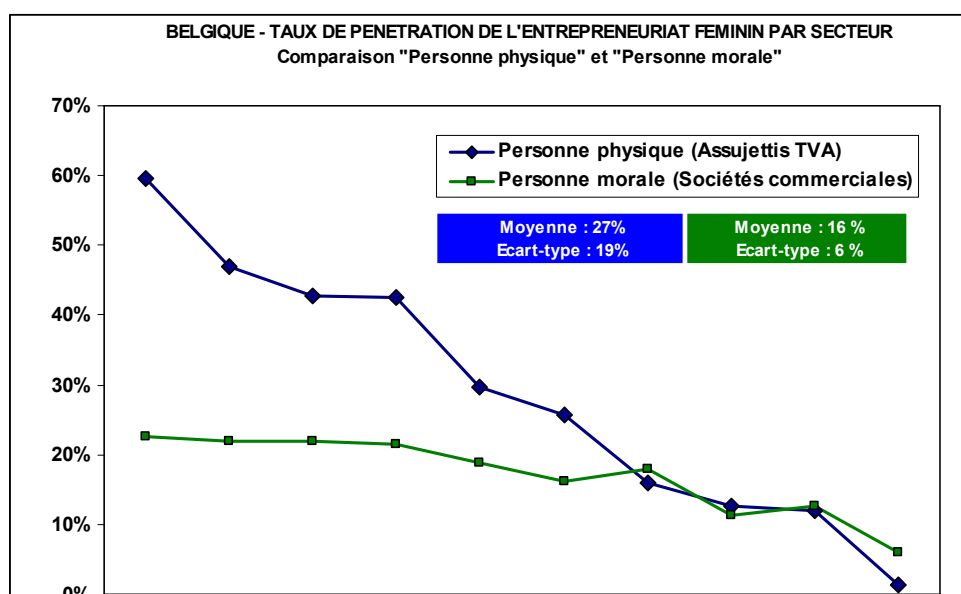
De même, parmi les secteurs qui connaissent un taux d'entrepreneuriat féminin inférieur à la moyenne (ceux qui figurent dans le bas des graphiques), on retrouve également un autre quatuor composé systématiquement des secteurs suivants : « Transports, entreposage et communications », « Agriculture,

¹³ **Qui ?** Les indépendants ou les sociétés commerciales ; **Quoi ?** Les secteurs d'activités analysés et, dans un moindre mesure, **Où ?** les régions géographiques concernées.

chasse et sylviculture », « Industrie manufacturière » et « Construction ». Comment expliquer que certains secteurs attirent plus de femmes que d'hommes et inversement ? On peut raisonnablement supposer que certains secteurs ont en commun des caractéristiques spécifiques liées à la nature du travail à prester, au type de tâches à accomplir, à la nature des compétences exigées ou encore à la pénibilité physique qui sont susceptibles d'attirer certaines femmes à y développer une activité économique.

- b. Une analyse plus fine des deux groupes de secteurs révèle que le rapport entre les taux d'entrepreneuriat féminin observés dans le secteur le plus masculin (« Construction ») et dans le secteur le plus féminin (« Services collectifs, sociaux et personnels ») varie dans des proportions de 1 à 3 chez les personnes morales et de 1 à 60 chez les personnes physiques. En d'autres termes, si le phénomène de sur/sous-représentativité sectorielle des femmes peut s'expliquer (du moins partiellement) par des caractéristiques sectorielles (pénibilité du travail, nature des tâches, type de compétences requises, etc.), **l'ampleur** de ce phénomène dépend du statut entrepreneurial : indépendants ou sociétés commerciales. Le graphique reproduit ci-après illustre très clairement ce constat.

Taux de pénétration de l'entrepreneuriat féminin par secteur : Comparaison « Personne physique » et « Personne morale »



Secteur A	: Agriculture, chasse et sylviculture
Secteur D	: Industrie manufacturière
Secteur F	: Construction
Secteur G	: Commerce de gros et de détail; réparation de véhicules automobiles et d'articles domestiques
Secteur H	: Hôtels et restaurants
Secteur I	: Transports, entreposage et communications
Secteur K	: Immobilier, location et services aux entreprises
Secteur M	: Éducation
Secteur N	: Santé et action sociale
Secteur O	: Services collectifs, sociaux et personnels

B. APPROCHE DYNAMIQUE

Cette approche donne un aperçu du taux de croissance nette (taux de création - taux de cessation) et de la turbulence (taux de création + taux de cessation) des activités des personnes physiques assujetties à la TVA au début et à la fin de l'année 2001. Faute de données, nous n'avons pas été en mesure de réaliser cette analyse dynamique sur les activités des sociétés commerciales (personnes morales).

- L'activité de l'ensemble des personnes physiques assujetties à la TVA en Belgique a connu en 2001 un recul (taux de croissance nette négative) d'environ 3% avec une turbulence de 17%.
- Le secteur le plus prépondérant de l'économie belge, « Commerce de gros et de détail; réparation de véhicules automobiles et d'articles domestiques » (un quart de tous les assujettis à la TVA dont 30% de femmes), enregistre le taux de croissance nette le plus faible (-5%), alors que le secteur « Santé et action social » (1% des assujettis à la TVA dont 47% de femmes) enregistre le taux de croissance nette le plus élevé (+3%).
- Le taux de croissance nette des femmes wallonnes (tout secteur confondu) est identique à celui des femmes bruxelloises (-3%) et inférieur à celui des femmes flamandes (-2%). Les femmes bruxelloises (tout secteur confondu) ont enregistré une plus grande dynamique (26% de turbulence) que leurs homologues féminins en Flandre (19%) et en Wallonie (20%).
- Dans les trois Régions, la croissance nette et la turbulence ne diffèrent guère entre les hommes et les femmes

Dynamique entrepreneuriale des assujettis à la TVA par genre et par secteur (2000-2001)

		BRUXELLES			FLANDRE)			WALLONIE			BELGIQUE		
		Femme	Homme	TOTAL	Femme	Homme	TOTAL	Femme	Homme	TOTAL	Femme	Homme	TOTAL
Commerce de gros et de détail; réparation de véhicules automobiles et d'articles domestiques	TCN*	-7%	-6%	-6%	-6%	-5%	-5%	-6%	-5%	-5%	-6%	-5%	-5%
	T**	23%	21%	21%	20%	15%	16%	23%	18%	19%	21%	16%	17%
Agriculture, chasse et sylviculture	TCN*	8%	-5%	-3%	-2%	-2%	-2%	-4%	-3%	-3%	-3%	-2%	-3%
	T**	13%	18%	18%	12%	8%	8%	12%	10%	10%	12%	8%	9%
Immobilier, location et services aux entreprises	TCN*	-2%	-2%	-2%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	-1%	0%	0%
	T**	31%	27%	28%	25%	20%	22%	24%	19%	20%	26%	21%	22%
Construction	TCN*	3%	-7%	-6%	4%	-2%	-2%	-13%	-3%	-3%	-1%	-3%	-3%
	T**	9%	21%	21%	20%	15%	15%	25%	15%	16%	21%	15%	15%
Services collectifs, sociaux et personnels	TCN*	0%	-3%	-2%	1%	-1%	0%	-1%	-1%	-1%	0%	-1%	0%
	T**	21%	22%	22%	14%	14%	14%	14%	15%	15%	15%	15%	15%
Hôtels et restaurants	TCN*	-8%	-7%	-7%	-6%	-3%	-4%	-6%	-4%	-5%	-6%	-4%	-5%
	T**	23%	21%	22%	23%	20%	21%	26%	23%	24%	24%	21%	22%
Industrie manufacturière	TCN*	-1%	-6%	-5%	0%	-3%	-3%	-2%	-3%	-2%	-1%	-3%	-3%
	T**	17%	18%	18%	19%	13%	13%	19%	10%	11%	18%	12%	13%
Transports, entreposage et communications	TCN*	7%	-6%	-5%	1%	-2%	-2%	0%	-3%	-3%	1%	-3%	-3%
	T**	50%	47%	47%	32%	26%	26%	29%	24%	25%	32%	28%	28%
Santé et action sociale	TCN*	5%	2%	4%	7%	2%	4%	4%	-1%	1%	6%	1%	3%
	T**	21%	13%	17%	21%	12%	16%	21%	10%	15%	21%	11%	16%
TOTAL	TCN*	-3%	-4%	-4%	-2%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%	-3%
	T**	26%	24%	25%	19%	15%	16%	20%	16%	17%	20%	16%	17%

* TCN : Taux de croissance nette

** T : Turbulence

Source : Calculs réalisés à partir des données de l'INS

- Les assujettis féminins belges (tout secteur confondu) exhibent un taux de croissance nette identique à celui de leurs homologues masculins (-3%), et ce non seulement dans le secteur le plus prépondérant de l'économie belge (-6% contre -5% pour les hommes) que dans les secteurs le plus féminin « Services collectifs, sociaux et personnels » (0% contre -1% pour les hommes) et le plus masculin « Construction » (-1% contre -3% pour les hommes). Toutefois, du point de vue de la turbulence, les activités des assujettis féminins belges ont connu une plus grande dynamique (20% de turbulence contre 16% pour les hommes).

Il ressort très clairement de ces analyses statique et dynamique que l'entrepreneuriat féminin est loin de présenter un visage parfaitement homogène, notamment en termes de secteurs.

2. EXISTE-T-IL DES DIFFERENCES ENTRE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ ET L'ENTREPRENEURIAT MASCULIN ?

L'enquête téléphonique menée auprès de 200 femmes chef d'entreprise et de 100 hommes chef d'entreprise (groupe de contrôle) ainsi que l'analyse des données sur les personnes physiques assujetties à la TVA nous ont permis d'identifier trois catégories de différences entre l'entrepreneuriat féminin et masculin, à savoir :

- A. les « vraies » différences, qui sont exclusivement attribuables au genre ;
- B. les « fausses » différences, qui ne sont pas exclusivement attribuables au genre ;
- C. « l'absence » de différences.

A. LES « VRAIES » DIFFERENCES (EXCLUSIVEMENT ATTRIBUABLES AU GENRE)

- **L'âge** : Les femmes entrepreneures sont plus âgées que leurs homologues masculins au démarrage de leur entreprise (en moyenne 34 ans contre 30,9 ans chez les hommes). Cette vraie différence sera davantage explicitée dans le cadre de la question 5.
- **La situation matrimoniale** : 40% des entrepreneurs féminins qui avaient le statut de femmes seules sans enfant au démarrage de leur entreprise ont gardé ce statut au moment de l'enquête, tandis que la plupart de leurs homologues masculins (80%) ayant ce même statut au démarrage ont migré vers le statut de couple avec enfants.

- **La présence du conjoint** : Le conjoint de la femme entrepreneure actif dans l'entreprise travaille plus d'heures que la conjointe de l'homme entrepreneur active dans l'entreprise (en moyenne 43 heures contre 31,5 pour la conjointe).
- **L'expérience professionnelle avant le démarrage** :
 - Les femmes qui lancent leurs entreprises ont le plus souvent une expérience préalable (82% contre 72% chez les hommes).
 - Les femmes entrepreneurs ont plus souvent une expérience professionnelle préalable dans une PME (30,5% contre 23% des hommes) tandis que les hommes entrepreneurs ont plus une expérience professionnelle dans une grande entreprise (31% contre 16,5% des starters féminins).
- **Les motivations au démarrage** : La première motivation chez les femmes entrepreneures est un changement imprévu de leur situation personnelle comme par exemple un divorce, un déménagement ou un héritage (30% de femmes contre 18% d'hommes). Par contre, chez les hommes, la principale motivation est la recherche d'autonomie personnelle (être son propre patron)
- **Le co-actionariat** : Beaucoup plus souvent que les hommes, les femmes entrepreneurs démarrent l'entreprise avec un associé-actionnaire (60% contre 43% des hommes). Chez la femme, cet associé-actionnaire est dans plus d'un tiers de cas le conjoint, tandis que seulement 11% d'hommes ont leur conjointe pour associée.
- **La participation au réseau** : Les entrepreneurs masculins font davantage partie d'un réseau ou d'une association que leurs homologues féminins (26% contre 42% des hommes).

- **Le niveau des revenus :**

- Les femmes entrepreneures interrogées appartiennent le plus souvent aux catégories de revenu les plus basses (40% contre 24% d'hommes en dessous de € 20 000 par an).
- A profils identiques (degré de formation et motivation au démarrage), les femmes entrepreneurs ont 3,1 fois plus de probabilité que les hommes d'appartenir à la catégorie de revenus la plus faible au lieu de la catégorie la plus élevée.
- Plus de 32% des indépendants féminins ayant des revenus depuis au moins 6 ans et qui, durant la période 1995-2000, sont tombés en dessous du « seuil de pauvreté » restent pendant toute la période en dessous du « seuil de pauvreté », alors que chez les indépendants masculins, cette proportion s'élève à 13%.

B. LES « FAUSSES » DIFFERENCES (NON ATTRIBUABLES EXCLUSIVEMENT AU GENRE)

- **La taille de l'entreprise :**

- Les femmes entrepreneures gèrent des structures de plus petite taille que leurs homologues masculins (en moyenne 6,4 d'employés à temps plein, y compris l'entrepreneur, contre 9,4 d'employés dans les entreprises détenues par les hommes).
- Toutefois, cette différence n'est pas attribuable au genre mais plutôt au secteur et au degré de formation. En effet, la probabilité qu'une entreprise emploie plus de 10 salariés dépend de son secteur d'activités et du niveau de formation de l'entrepreneur(e).

Ainsi, par exemple, une entreprise active dans le secteur de l'industrie détenue et gérée par une personne ayant une formation universitaire a une chance sur deux (probabilité de 49,5%) d'employer plus de 10 salariés tandis qu'une entreprise active dans le secteur des services détenue et

gérée par une personne ayant une formation primaire ou secondaire a moins d'une chance sur dix (probabilité de 8%) d'employer plus de 10 personnes.

- Attendu que d'une part les femmes sont le plus souvent actives dans le secteur des services (question 1) et que, d'autre part, elles sont moins nombreuses à avoir suivi une formation universitaire, il n'est dès lors pas étonnant qu'elles se retrouvent à la tête de plus petites structures.
- La différence au niveau de la taille de l'entreprise ne peut donc pas être attribuée au genre.

- **Le capital social de l'entreprise :**

- Le capital social des sociétés commerciales détenues et gérées par les femmes est, globalement, plus faible que celui des sociétés commerciales détenues et gérées par des hommes.
- Toutefois, cette différence disparaît dès que l'on compare des entreprises actives dans le même secteur. La différence de capitalisation observée entre les hommes et les femmes s'explique non par le genre mais bien par le fait que les femmes sont proportionnellement plus nombreuses dans le secteur des services (question 1) dont les besoins en capitaux sont généralement plus faibles.

- **La performance de l'entreprise :** Contrairement à ce qu'on pourrait croire, les femmes ne sont pas moins performantes que leurs homologues masculins. En fait, le niveau de performance des entreprises détenues par les femmes et celles détenues par les hommes dépend de la taille de l'entreprise (voir question 4 pour de plus amples précisions).

C. L'ABSENCE DE DIFFERENCES

- **Le mode d'accès au statut de chef d'entreprise (création, reprise ou héritage) :** Il n'y a pas de différence significative dans la manière de devenir chef d'entreprise entre les hommes et les femmes. En effet, plus de la moitié des femmes et des hommes dirigent des entreprises qu'ils n'ont pas créées. En outre, 15,3% des femmes (contre 24,2% des hommes) ont hérité de l'entreprise familiale tandis que 37,2% des femmes (contre 31,3% des hommes) ont accédé au statut de chef d'entreprise en reprenant une entreprise autre que l'entreprise familiale.

- **Les obstacles :** Tous les entrepreneurs, indépendamment de leur genre, ont mentionné avoir rencontré les mêmes obstacles, tant au démarrage de leur entreprise (les tracasseries administratives) qu'au moment de l'enquête (les tracasseries administratives et la difficulté de garder du personnel qualifié).

- **Les opinions sur l'entrepreneuriat féminin :** Une forte majorité des femmes et des hommes interrogés estiment :
 - que les femmes ne rencontrent pas plus de problèmes d'accès au financement que leurs homologues masculins (75% des femmes et 73,9% des hommes) ;
 - que les femmes rencontrent plus de difficultés que leurs homologues masculins à concilier vie familiale et vie professionnelle (85% et 90% respectivement) ;
 - que la maternité constitue un obstacle à la création d'entreprise par les femmes (67,3% des femmes et 72,6% des hommes). Nous montrerons à la question 5 de cette synthèse que cette opinion relève avant tout du domaine de la croyance et des préjugés qui se fondent davantage sur des obstacles perçus et non sur une analyse des obstacles réellement vécus par les femmes chef d'entreprise.

En conclusion, à la question de savoir dans quelle mesure il existe des différences entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin, nous affirmons qu'il n'y a pas de différences fondamentales qui puissent être exclusivement liées au genre.

3. EXISTE-T-IL DES DIFFERENCES ENTRE LES FEMMES ENTREPRENEURS?

L'enquête téléphonique et les données sur le revenu des indépendants nous ont permis de mettre en évidence des différences au sein même des femmes entrepreneures qui n'existent pas (ou très peu) chez leurs homologues masculins.

- **Les différences révélées par l'enquête téléphonique**
 - Le temps consacré par la femme à son **entreprise** dépend de son statut matrimonial. En effet, elle consacre beaucoup plus de temps à son entreprise quand elle n'a pas d'enfant (en moyenne 66 heures par semaine lorsqu'elle est seule et 68 heures lorsqu'elle vit en couple). Lorsqu'elle a un (ou plusieurs) enfant(s), elle consacre moins de temps à son entreprise (en moyenne 55 heures par semaine qu'elle soit en couple ou seule).
 - Le temps consacré par la femme à sa **famille** dépend également de son statut matrimonial. Elle lui consacre environ deux fois plus de temps lorsqu'elle passe du statut de femme seule sans enfant à celui de femme seule ou en couple avec enfant.
 - Les femmes héritent rarement des entreprises dans le secteur des services mais elles y rentrent en créant (32%) ou en reprenant (20%) des entreprises.
 - Les femmes qui créent leur entreprise avec un associé-actionnaire le font plus souvent dans les secteurs primaire, industriel et de la construction que dans celui du commerce.

- **Les différences révélées par l'analyse des revenus des indépendants :**
 - Comparativement à l'ensemble de la population belge (coefficient de Gini=0,31), les revenus sont plus inégalement répartis entre les indépendants. Cette inégalité est toutefois encore plus prononcée pour les indépendants féminins (coefficient de Gini = 0,53) que pour les indépendants masculins (coefficient de Gini = 0,49).
 - En outre, alors que dans le groupe des indépendants masculins, les revenus du dernier décile (les dix pour-cent les plus hauts) sont dix fois plus élevés que ceux du premier décile (les dix pour-cent les plus bas), chez les indépendants féminins, ce rapport est de vingt-quatre (24).

Cette question nous montre à quel point le phénomène d'entrepreneuriat féminin est complexe et multiple.

4. EST CE QUE LE GENRE INFLUENCE LE NIVEAU DE PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE ?

L'analyse de l'influence du genre sur la performance des entreprises se fonde sur les conclusions de la littérature ainsi que sur les résultats de l'enquête téléphonique.

- **L'analyse de la littérature :**
 - Les hommes seraient plus performants que les femmes en termes de création d'emploi, de croissance du chiffre d'affaires et du profit généré.
 - Les motivations spécifiques qui sous-tendent le plus souvent le lancement d'entreprise par les femmes (la flexibilité de l'emploi, la conciliation vie professionnelle et vie familiale, etc.) seraient en partie responsables de cette différence de performance.

- **L'enquête téléphonique :**

Nous avons analysé la performance des entreprises détenues et gérées par les 300 répondants de notre enquête téléphonique (200 femmes et 100 hommes). La performance est appréhendée par trois indicateurs : la création d'emplois, la valeur ajoutée et le cash flow.

- Si l'évolution du nombre de salariés dans les entreprises interrogées n'est pas directement influencée par le genre de l'entrepreneur, la valeur ajoutée et le cash flow dépendent quant à eux du genre conditionnellement à la taille de l'entreprise. En effet, lorsqu'il s'agit d'une petite structure (moins de 3 employés), les femmes performant mieux que leurs homologues masculins tandis que lorsque la structure devient plus grande (au delà de 3 employés), les hommes dégagent plus de valeur ajoutée et génèrent plus de cash-flow.

5. EXISTE-T-IL DES PROBLEMES (DIFFICULTES - OBSTACLES) SPECIFIQUES A L'ENTREPRENEURIAT FEMININ ?

Lorsqu'il s'agit d'analyser les difficultés spécifiques à l'entrepreneuriat féminin, la littérature évoque traditionnellement deux problématiques que sont (1) l'accès au financement et (2) la réconciliation vie familiale – vie professionnelle. Après avoir brièvement exposé les positions défendues par les auteurs sur ces deux thèmes, nous exploiterons les données récoltées auprès de femmes et d'hommes chef d'entreprise sur les problèmes qu'ils ont réellement vécus.

- **Les problèmes d'accès au financement**

Un grand nombre d'études ont souligné le fait qu'il est plus difficile pour une femme de faire croître et d'améliorer la situation financière de son entreprise, tandis que d'autres études réfutent ce constat et estiment que les hommes entrepreneurs rencontrent plus de problèmes à accéder au financement que les femmes entrepreneures.

Notre étude ne valide aucune de ces deux positions extrêmes. Elle plaide en faveur d'une position plus neutre qui consiste à prétendre que l'accès au financement n'est pas un problème exclusivement lié au genre de la personne qui le sollicite. Trois arguments justifient notre constat :

- 1) Les entrepreneurs masculins et féminins ont financé la création ou la reprise de leur entreprise de la même manière. En effet, les économies personnelles constituaient la source principale de l'apport personnel (59,0% pour les entrepreneurs masculins et 54,0% pour les entrepreneurs féminins interrogés), tandis que 45,0% des entrepreneurs masculins et féminins ont eu recours à un prêt bancaire au nom de leur entreprise.
- 2) Bien que les hommes soient plus nombreux à solliciter une intervention du fonds de participation, le taux d'octroi est proportionnel aux demandes introduites (voir question 6).
- 3) Trois-quarts des femmes et des hommes interrogés estiment que les femmes ne rencontrent pas plus de problèmes d'accès au financement que leurs homologues masculins.

- **La réconciliation vie familiale - vie professionnelle**

Plusieurs auteurs ont mis en évidence que la conciliation vie familiale - vie professionnelle n'est pas un problème exclusivement féminin. Les hommes tiennent également à avoir une vie de famille.

Dans notre enquête, nous avons demandé aux répondants de mentionner spontanément les obstacles qu'ils ont rencontrés lors du démarrage de leur entreprise et ceux qu'ils rencontrent actuellement. Parmi les 200 femmes interrogées, moins de 5% ont répondu que la conciliation de leur vie professionnelle avec leur vie familiale leur était apparue comme un problème, tant à l'époque qu'aujourd'hui.

Les femmes sont globalement plus âgées que les hommes au démarrage de leur entreprise (voir question 2). Elles démarrent en moyenne à 34 ans contre 30,9 ans chez les hommes.

L'analyse statistique révèle toutefois un lien entre l'âge de l'entrepreneur(e) et son statut familial au moment du démarrage. En effet, au lancement de l'entreprise, si l'âge moyen des femmes sans enfant est de 27,9 ans (lorsqu'elles sont seules) et 32,3 ans (lorsqu'elles sont en couple), l'âge moyen des femmes ayant démarré leur entreprise avec enfant(s) est par contre de 35,5 ans (lorsqu'elles sont en couple) et 41,3 ans (lorsqu'elles sont seules).

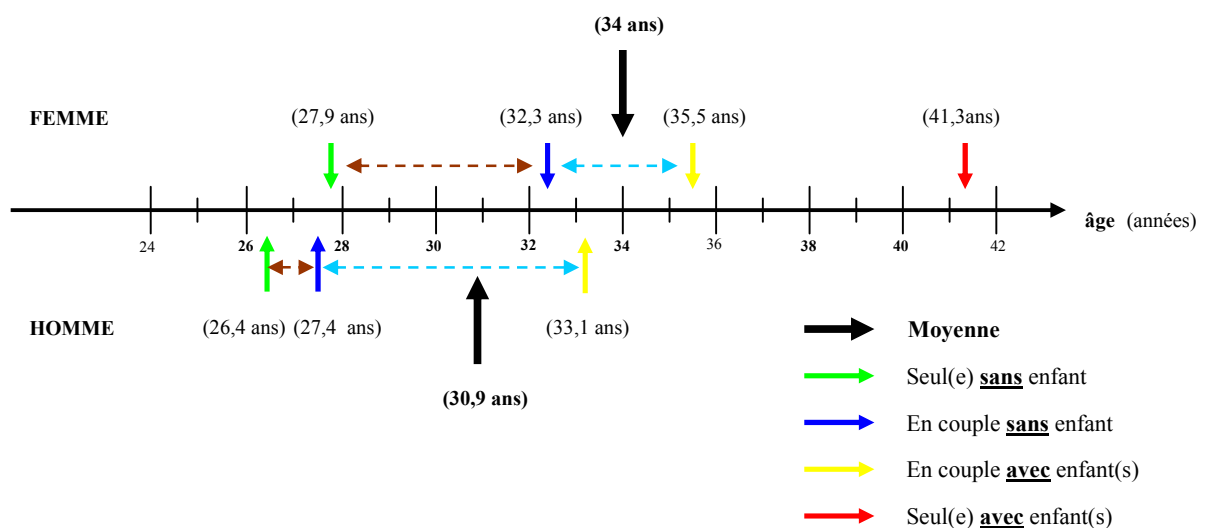
De même, on constate que les hommes sans enfant démarrent en moyenne leur entreprise à l'âge de 26,4 ans (lorsqu'ils sont seuls) et de 27,4 ans (lorsqu'ils sont en couple), tandis que ceux avec enfant(s) ont démarré en moyenne à l'âge de 33,1 ans (lorsqu'ils sont en couple).

Si il n'est pas surprenant de constater que les hommes et les femmes n'accèdent pas tous au même âge au statut de chef d'entreprise, il est par contre beaucoup plus intrigant de constater d'une part que le fait d'avoir un ou plusieurs enfant(s) retarde le moment où les individus accèdent à ce statut, et ce plus chez les hommes que chez les femmes (1er constat) et, d'autre part que le fait de se mettre en ménage (de vivre en couple) retarde le moment où les individus accèdent à ce statut, et ce plus chez les femmes que chez les hommes (2ème constat).

- **1er constat** : le fait d'avoir un (ou plusieurs) enfant(s) constitue un **facteur** qui retarde (décale) l'accession au statut de chef d'entreprise ; toutefois, le décalage dû à la présence d'enfant(s) est observé à la fois chez les femmes et chez les hommes et n'est par conséquent pas uniquement un phénomène propre aux femmes. Au contraire, il est plus accentué chez les hommes (5,7

ans)¹⁴ que chez les femmes (3,2 ans)¹⁵. Ce phénomène est visuellement représenté en pointillé bleu ciel sur le schéma ci-après.

- **2ème constat** : le fait de se mettre en couple constitue une décision qui retarde (décale) l'accession au statut de chef d'entreprise ; même si il est observé à la fois chez les femmes et chez les hommes, le décalage dû à la présence d'un(e) conjoint(e) est nettement plus important chez les femmes (4,4 ans) que chez les hommes (1 an). Ce phénomène est visuellement représenté en pointillé brun sur le schéma ci-après.



Ces deux constats sont extrêmement importants car ils tordent le cou à une série de préjugés et de croyances comme par exemple que la venue d'enfant(s) pénalise plus la femme en retardant la concrétisation de son projet entrepreneurial, alors que notre étude montre très clairement que, pour une femme, ce n'est pas tant le fait d'avoir un enfant que d'avoir un conjoint qui retarde son entrée dans l'entrepreneuriat.

A nouveau, nous sommes en mesure d'affirmer qu'il n'existe pas de problèmes et/ou de difficultés qui soient exclusivement attribuable au genre.

¹⁴ 5,7 ans = 33,1 ans (en couple avec enfant(s)) – 27,4 ans (en couple sans enfant)

¹⁵ 3,2 ans = 35,5 ans (en couple avec enfant(s)) – 32,3 ans (en couple sans enfant)

6. QUELLES SONT LES MESURES EXISTANTES POUR PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN BELGIQUE ?

En Belgique (comme dans d'autres pays de l'Union européenne), les femmes peuvent recourir à deux catégories de mesures visant à promouvoir l'entrepreneuriat.

Il s'agit d'une part des mesures générales (sans distinction du genre) et, d'autre part, des mesures spécifiques ciblant exclusivement les femmes.

A. LES MESURES GENERALES

- L'analyse comparative révèle que les hommes sont plus nombreux à solliciter les mesures générales mais que le taux d'octroi est proportionnel aux demandes introduites, sans discrimination pour les deux genres.

Nombre de demande et taux d'octroi de certaines mesures générales

	Demande		Octroi		Octroi / Demande	
	Femme	Homme	Femme	Homme	Femme	Homme
Bourse First Spin-off (1999-2002)	16 19%	70 81%	8 18%	37 82%	50%	53%
Bourse de Pré-activité (1999 - 2002)	17 7%	215 93%	8 7%	97 93%	47%	45%
Crédits du Fonds de Participation (2002)	528 37%	886 63%	272 40%	418 60%	52%	47%

Source : Calculs réalisés à partir des données de la DGTRE et du Fonds de Participation

- Comparé aux proportions des femmes détenant une PME (17%) ou assujetties à la TVA (27%), le taux de participation des femmes aux réseaux mixtes de chefs d'entreprises est très faible (7% dans l'UWE, 11% dans la FEB et 13% dans l'UCM).

B. LES MESURES SPECIFIQUES

- La Belgique compte cinq mesures spécifiques qui sont relativement récentes (moins de cinq années d'existence).

Les mesures spécifiques pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Belgique

Mesures	Organisations
Réseau des femmes chefs d'entreprise	Association belge des femmes chefs d'entreprise
Equal	Communauté française, Communauté flamande, Ministère fédéral de l'Emploi et du Travail
Sofia	Sociaal Economisch Instituut
Sur le plan statistique	Ministère fédéral de l'Emploi et du Travail
L'entrepreneur volant	Markant CEZOV

Source : IfGH, 2002.

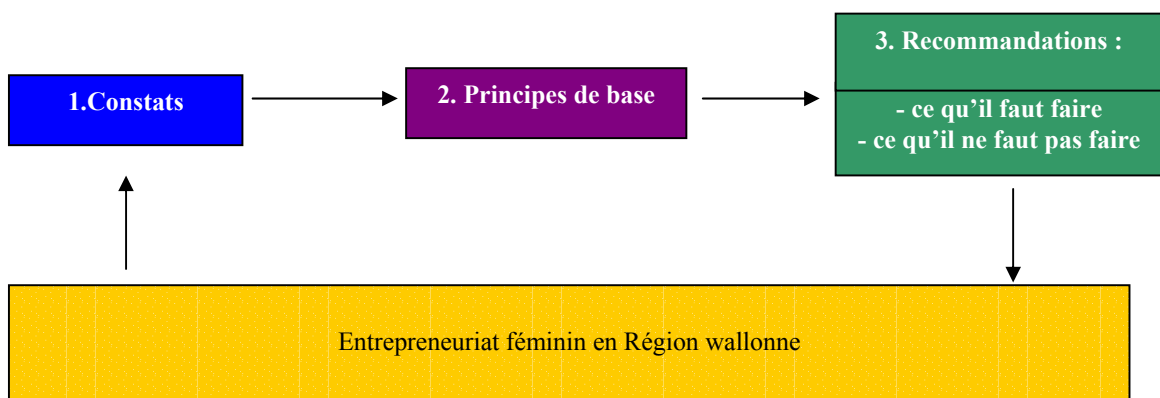
- Les mesures spécifiques belges visent essentiellement à former et à informer les femmes entrepreneurs (confirmées et/ou potentielles) à la création et/ou à la gestion d'entreprise.
- Les mesures spécifiques dans d'autres pays européens sont des organismes, des programmes de soutien, des plates-formes électroniques ou des manifestations.

7. FAUT-IL PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ ?

L'objectif ultime de ce travail consiste, à la lumière des nombreux **constats** que nous avons pu réaliser dans la littérature et sur le terrain, à formuler au Ministre Wallon de l'Economie, un ensemble cohérent de **recommandations** visant à stimuler et à développer l'entrepreneuriat féminin en Région wallonne.

Dans la mesure où les constats et analyses qui ont été menées sont nombreux, il nous a semblé opportun de les synthétiser dans quelques **principes de base** qui nous aideront non seulement à formuler des recommandations cohérentes et justifiées qui tiennent compte de la réalité du terrain, mais également (et peut-être surtout) à dresser une liste de mesures à éviter.

La logique suivie est donc la suivante :



1. Constats

Les principaux constats et résultats auxquels notre étude a abouti ont déjà été présentés et commentés au travers des six questions suivantes :

- 1) Combien y a-t-il de femmes entrepreneurs ?
- 2) Existe-t-il des différences entre l'entrepreneuriat féminin et l'entrepreneuriat masculin ?
- 3) Existe-t-il des différences entre les femmes entrepreneurs ?
- 4) Le genre influence-t-il le niveau de performance de l'entreprise ?
- 5) Existe-t-il des problèmes (obstacles, difficultés) spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ?

- 6) Quelles sont les mesures (générales et spécifiques) existantes pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Belgique ?

2. Principes de base

- Principe # 1 : LA FEMME entrepreneur n'existe pas
- Principe # 2 : L'entrepreneuriat féminin ne diffère pas fondamentalement de l'entrepreneuriat masculin
- Principe # 3 : L'accessibilité à l'entrepreneuriat dépend moins du genre que d'autres facteurs
- Principe # 4 : L'égalité des chances et non l'égalité des résultats

3. Recommandations

1- SENSIBILISER : montrer les vraies réalités de l'entrepreneuriat féminin

Objectifs

- Changer les mentalités et les préjugés concernant l'entrepreneuriat féminin ;
- Encourager les femmes qui ont une fibre entrepreneuriale à créer ou à reprendre une activité.

Actions

- Faire témoigner des entrepreneurs (femmes et hommes) dans des écoles ;

- Assurer une présence médiatique des entrepreneurs féminins, non pas parce qu'elles sont femmes mais bien parce qu'elles sont entrepreneurs) ;
- Diffuser et publier les études scientifiques (comme celle-ci) qui infirment l'existence de différences entre hommes et femmes.

Acteurs

- La fondation FREE en tant que coordinateur ;
- Les réseaux d'entrepreneurs (dont les associations de femmes chefs d'entreprises).

Conditions de réussite

- Pour la sensibilisation dans les écoles :
 - o Veiller à ce qu'il y ait au moins un homme et une femme qui témoignent ;
 - o Varier les profils entrepreneuriaux : en faisant intervenir des créateurs, des repreneurs et aussi des personnes qui ont hérité de l'entreprise familiale ;
 - o S'assurer de la proximité géographique : les entrepreneurs qui acceptent de témoigner dans les écoles doivent être actifs dans la région (=> mobiliser les antennes locales des réseaux et associations d'entrepreneurs).

2- PAS DE POLITIQUE SPECIFIQUE AVEC UN SYSTEME DE QUOTAS

Objectifs

- éviter de prendre des mesures spécifiques pour une catégorie particulière de femmes entrepreneurs

Raisons

Les mesures spécifiques :

- sont peu efficaces ;
- créent de la confusion ;
- présentent un risque de lourdeur administrative (pour contrôler si les critères d'éligibilité sont satisfaits, etc.) ;
- risquent de desservir le public cible qu'elles espèrent aider (création de ghettos, discrédit sur la capacité des femmes, sentiment de jalousie, etc.)
- ne sont pas souhaitées par les femmes que nous avons interrogées.