

Dans chaque numéro, EcoRéseau Business vous propose de revenir sur un événement ou une institution qui fait l'actualité, en les mettant en regard de ce qu'ils étaient ou auraient pu être il y a un demi-siècle. Pas question de comparer l'incomparable, de fustiger ou de glorifier le passé. Simplement de montrer que non, ça n'était pas forcément mieux avant.

La longue route

Depuis 2013, le gouvernement s'est engagé dans un plan de développement de l'entrepreneuriat au féminin. Une étape de plus dans une lutte qui ne date pas d'hier.

L'histoire de l'entrepreneuriat féminin débute, dans notre société moderne, après la Grande Guerre. Lors de la Première Guerre mondiale, les immenses contingents de mâles partis au front ont laissé entre les mains de leurs femmes leurs champs, leurs usines, leurs entreprises... Un mouvement que beaucoup considèrent

elles se comptent sur les doigts d'une main – ont gardé en main les manettes de l'entreprise familiale, d'autres les ont partagées – par conviction, passion, devoir, talent... « *On peut dire sans trop se tromper qu'il s'agissait de fortes personnalités*, estime Viviane de Beaufort, professeuse et fondatrice des Women's programs à l'Essec. *Souvent, elles*

simple : sans progrès social, l'entrepreneuriat au féminin n'est pas possible – ou, du moins, extrêmement difficile. Le droit de vote est une étape, mais il en restait d'autres à franchir. Pour créer une entreprise, il faut de la volonté, mais aussi disposer de connaissances spécifiques (en gestion, en production, en création de produits...), de capi-

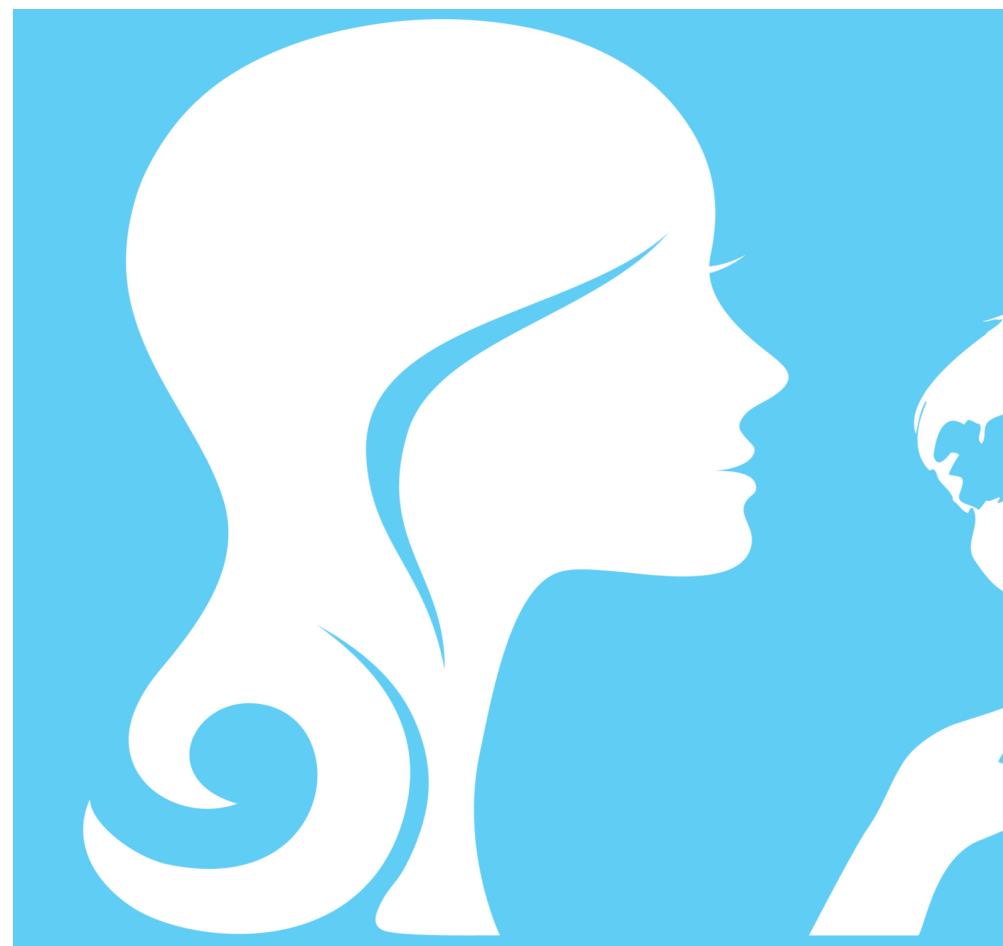
« *Pendant 30 ans l'entrepreneuriat féminin a stagné : le cadre légal était là, mais les esprits, eux, n'étaient pas prêts* »

rent comme décisif dans l'histoire de l'émancipation féminine. Dans quelques pays européens, et outre-Atlantique, les *suffragettes* et consœurs avaient réussi à décrocher le droit de vote... ce qui n'était pas le cas en France. En fait dans l'Hexagone tout est vraiment parti de la deuxième. Après 45, toutes ne sont pas retournées dans leurs foyers. Certaines – mais

avaient un *héritage culturel familial propice à leur émergence, typiquement dans des environnements politisés et féministes.* »

Autre facteur, les femmes (grâce à leurs actions dans la Résistance) obtiennent le droit de voter – mais aussi d'être élues – en 1945. Pour autant, on n'assiste pas à une explosion de vocations entrepreneuriales. La raison en est

taux, de soutien... Sans ces piliers sociétaux, l'esprit d'entreprise a beau souffler, il ne se passe pas grand-chose. C'est ce qui explique que pendant une vingtaine d'années après la guerre, la création d'entreprise par les femmes avoisine zéro, même si ces dames peuvent depuis 1924 et 1938 respectivement passer leur Bac et s'inscrire à l'université. La loi du 13 juil-



Plus de conquérantes mondiales dans les nouvelles générations ?

let 1965 change tout : les femmes n'ont plus besoin de l'autorisation de leur mari pour tra-

vailler, et surtout accéder à la bancarisation. « *C'est la première vraie génération d'entrepre-*

neuses qui portent leur propre projet, estime Viviane de Beaufort. *Mais elles sont encore, dans*

DÉCOUVREZ L'UNIVERS ECORÉSEAU ET ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

Je m'abonne à

EcoRéseau
Business

1 an (10 numéros) : 35,90 € au lieu de 39 €

2 ans (20 numéros) : 68,90 € au lieu de 78 €

Madame Mademoiselle Monsieur

Société : _____

Nom : _____

Prénom : _____

Tél / Port : _____ / _____

Adresse : _____

Code postal : _____

Ville : _____

E-mail : _____

Délai de réception moyen du premier numéro : 6 semaines environ. DOM-TOM et étranger : nous consulter (abonnement@lmedia.fr). Les informations ci-contre sont indispensables à l'installation de votre abonnement. À défaut, votre abonnement ne pourra pas être mis en place. Par notre intermédiaire, vous pouvez être amenés à recevoir des propositions de partenaires commerciaux d'EcoRéseau Business. Si vous ne le souhaitez pas, cochez la case ci-contre.

Conformément à la loi Informatique & Libertés du 6 janvier 1978, le droit d'accès et la rectification des données concernant les abonnés peut s'exercer auprès du service abonnement d'EcoRéseau Business. Sauf opposition expresse, les données peuvent être communiquées à des organismes extérieures, notamment à des fins commerciales.

BER 35B



à compléter et à retourner avec votre règlement par chèque à l'ordre de LMedia à l'adresse suivante :

LMedia - Abonnements EcoRéseau Business
201-203, rue de Vaugirard - 75015 Paris

la grande majorité des cas, freinées par des moyens financiers limités : elles n'ont pas de capital personnel. » En 2007 encore, le capital de départ des créatrices d'entreprise s'élevait encore en moyenne (européenne) à 4000 euros... De fait, pendant 30 ans, ou presque, malgré les progrès accomplis, l'en-

quelque peu archaïque. » Les clichés sociétaux sur les rôles de chacun – et l'équilibre à trouver entre eux – assignent toujours

core peu de temps, il était inenvisageable de confier l'entreprise familiale à une héritière, ce n'est plus le cas au-

femmes entrepreneures en 2017. L'objectif ne sera pas réalisé, du moins sur la population globale ; il est en revanche

« Il faut faire une distinction : on cite le chiffre de 28% d'entreprises créées par des femmes. Mais 8% seulement, en

Beaufort. Le prochain défi, dans lequel s'est déjà lancée la FCE, est de soutenir la pérennisation de ces entreprises. Car une chose est claire : l'économie a besoin de créatrices d'entreprise, de la valeur qu'elles apportent, de façon durable. Et pour atteindre cet objectif, il reste du chemin à parcourir. ●



Le plan gouvernemental de développement de l'entrepreneuriat féminin de 2013 vise un taux de 40% de femmes entrepreneures en 2017



majoritairement les femmes aux foyers, surtout dès qu'une vie de famille est en jeu. Pour combattre cela, « il faut des modèles, des témoignages de femmes qui ont réussi ce parcours », continue Anne-Sophie Panseri. C'est là que les réseaux professionnels féminins jouent un rôle essentiel, depuis leur émergence, majoritairement dans les années 2000. Ils brisent l'isolement et la culpabilité, qui souvent encore constituent le lot des créatrices d'entreprise, débrident les ambitions, donnent des exemples, encouragent, créent des contacts... De fait, en 2000, il y a eu un vrai saut générationnel. Une génération de femmes est arrivée sur le marché du travail avec non seulement l'ambition de créer leurs sociétés, mais avec – pour la première fois – les moyens et les soutiens (familiaux et étatiques) pour y parvenir. Aujourd'hui, s'il reste du chemin à parcourir, deux tendances fortes témoignent des progrès accomplis. La première est l'arrivée d'une génération de start-upeuses, issues de la génération Y et Z, intensément digitales et utilisant tous les outils numériques – ce qui débouche beaucoup de limites et de frontières, y compris géographiques, avec tous les avantages que cela apporte... Avec en plus de cela, un rapport décomplexé au risque et à l'échec. La deuxième est une vague actuelle de successions dans des entreprises familiales, notamment celles créées après la guerre : si, il y a en-

jourd'hui. Le plan gouvernemental de développement de l'entrepreneuriat féminin de 2013 vise un taux de 40% de

possible que, sur les générations Y et Z, ce pourcentage soit atteint. Mais, là encore, ce n'est pas une fin, mais un début.

fait, sont des sociétés avec capital – le reste sont des autoentreprises, des indépendants... », souligne Viviane de

Jean-Marie Benoist



trepreneuriat féminin stagne – en grande partie parce qu'une évolution sociétale d'une aussi vaste ampleur est générationnelle. Si le cadre légal est là, les esprits ne sont, eux, pas prêts. « Il reste des obstacles structurels et organisationnels qui ralentissent le mouvement, analyse Anne-Sophie Panseri, présidente de FCE France, le plus ancien réseau de chefs d'entreprise femmes français (il a été créé en 1945, bien en avance sur son temps, NDLR). Par exemple, si l'accès aux capitaux est là, l'ambition et la confiance que peut avoir le monde bancaire envers des femmes entrepreneures témoignent d'une vision encore

#SUV?
#coupé?
#citadine?

www.audi.com

Nouvelle Audi Q2
#untaggable

Untaggable = inclassable. SUV = tout-terrain.
Volkswagen Group France S.A. au capital de 7 750 000 € - 11 avenue de Boursonne Villers-Cotterêts - RCS Soissons B 602 025 538.
Audi recommande Castrol EDGE Professional.

Gamme Audi Q2 : consommation cycle mixte (l/100km) : 4,4 - 5,7. Rejets de CO₂ mixte (g/km) : 114 - 130. Valeur communiquée à titre indicatif - en cours d'homologation au 29/09/2016.

Aliantis Lecourbe
229, rue Lecourbe - 75 Paris
Tél. 01 55 76 50 76

www.aliantis.com
Aliantis Porte d'Orléans
44-46 avenue Aristide Briand - 92 Montrouge
Tél. 01 58 35 17 70

Aliantis Chambourcy
37 route de Mantes - 78 Chambourcy
Tél. 01 30 65 50 50