

Le "gender gap" dans l'entrepreneuriat

De la décision d'entreprendre à la vision :
ce qui différencie vraiment les femmes
des hommes entrepreneurs



Introduction

La place des femmes dans l'écosystème entrepreneurial français est encore trop faible. Bien qu'elles représentent près de la moitié de la population active (48%), elles ne sont que 30% parmi les chefs d'entreprise¹. Et, plus l'entreprise est grande, moins la probabilité de trouver une femme à sa tête est forte : on ne compte que 8% de femmes parmi les dirigeants d'entreprises de plus de 100 salariés, et ce chiffre descend à 6% lorsqu'on dépasse 250 collaborateurs².

Du côté des startups, les femmes sont encore plus sous-représentées : 84% des équipes fondatrices sont 100% masculines (homme seul ou cofondateurs hommes), 12% sont mixtes, et seulement 5% sont 100% féminines³. Et en ce qui concerne les postes de direction, la parité est encore loin : 18% des postes de direction sont occupés par des femmes³. Quant à lever des fonds, là encore, les inégalités sont particulièrement marquées : seuls 2% des fonds investissent dans des startups fondées par des femmes. Elles sont en moyenne 3,4 fois moins valorisées que celles fondées par des hommes en France après une série A⁴. Afin de dresser le portrait des femmes qui ont osé se lancer dans l'innovation en France, nous avons réalisé une enquête inédite auprès de plus de 500 entrepreneurs de l'écosystème innovant en nous concentrant sur les profils féminins, et mené des entretiens qualitatifs auprès de 15 fondatrices et fondateurs de startups afin d'analyser leur parcours, leurs objectifs et leurs attentes.

Cette étude, menée en partenariat avec WILLA et France Digitale, vise enfin à fournir des recommandations pour améliorer les chances de réussite des femmes de réussir mais aussi pour rendre les parcours entrepreneuriaux plus paritaires.

1 Femmes et entrepreneuriat, étude du Conseil économique, social et environnemental, 2020

2 Dirigeantes et dirigeants de PME et ETI, quelles différences ?, Bpifrance Le Lab, 2022

3 Mission French Tech, 2023

4 Femmes et entrepreneuriat, étude du Conseil économique, social et environnemental, 2020

4

- 1 La genèse des projets entrepreneuriaux innovants en France**
 - 1.1 Des profils semblables au départ
 - 1.2 Des femmes qui se lancent plus tard
 - 1.3 Facteurs déclenchant la création d'entreprise : les femmes n'envisagent pas le métier d'entrepreneur comme un choix initial de carrière

12

- 2 Des visions entrepreneuriales différentes, marquées par de nombreuses inégalités**
 - 2.1 L'impact, un puissant moteur pour les femmes entrepreneuses
 - 2.2 Des critères de réussite différenciés : la rentabilité, le leitmotiv des entrepreneuses
 - 2.3 Des moyens initiaux et des financements inégaux

20

- 3 Favoriser l'entrepreneuriat féminin en France : une course de fond qui exige une implication de toutes les parties prenantes**
 - 3.1 Les souhaits d'amélioration aux parcours entrepreneuriaux
 - 3.2 Recommandations à destination des acteurs de l'écosystème

26 Méthodologie

26 Remerciements

27 Auteurs

1

La genèse des projets entrepreneuriaux innovants en France

Qui sont les entrepreneurs qui innovent en France ? Qu'est-ce qui les a poussés à entreprendre ? Focus sur les profils des entrepreneurs et entrepreneuses, ainsi que sur les freins qu'ils ou elles ont pu rencontrer.

1.1 | Des profils semblables au départ

Femmes comme hommes, les entrepreneurs créateurs de startup sont tous particulièrement diplômés : plus de 70 % ont au moins un niveau Master. Leur degré d'éducation peut, en partie, être lié à leur milieu familial : près de la moitié des entrepreneurs (43 %) ont au moins un parent qui a exercé des responsabilités de cadre ou une profession intellectuelle supérieure, et 25 % d'entre eux sont filles ou fils de chefs d'entreprise. Les enfants d'employés ne sont en revanche que 15 % à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, ceux d'ouvriers sont encore moins nombreux, avec 7 % des interrogés.

Ces résultats soulignent le fait que le monde de l'entrepreneuriat reste un entre-soi peu ouvert, qui rassemble des profils similaires, ayant un haut niveau d'études et étant issus d'un cadre familial stimulant et aisé.

Cette dimension se retrouve dans les profils auxquels s'identifient les entrepreneurs, hommes comme femmes. 51 % des répondants à notre enquête se sont identifiés à un profil "initié à l'écosystème tech", c'est-à-dire, issus de grandes villes, à l'aise avec les codes de l'entrepreneuriat et le networking, maîtrisant les outils numériques et ayant étudié dans une grande école.

Une des différences entre les femmes et les hommes commence à apparaître au stade du salariat et des choix de carrières précédant l'entrepreneuriat : un quart des femmes entrepreneuses sont issues du marketing et de la communication, alors que le secteur du conseil prédomine chez les hommes (22 % d'entre eux).

1.2 | Des femmes qui se lancent plus tard dans l'entrepreneuriat

Notre étude révèle que les femmes se lancent en moyenne deux fois plus tard que les hommes dans l'entrepreneuriat. Deux types de raisons expliquent cet écart.

Des raisons professionnelles : les femmes expriment le besoin de faire leurs preuves dans le monde professionnel avant de devenir entrepreneuses.

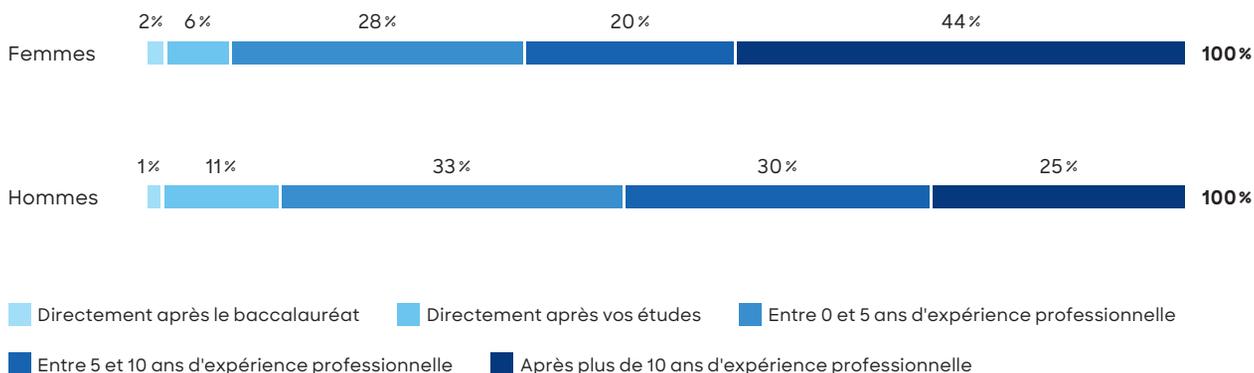
Près d'une femme sur deux (44 %) attend d'avoir au moins 10 ans d'expérience pour entreprendre, alors que les hommes ne sont qu'un quart (25 %) à être dans ce cas. Cette différence s'explique par une forme du "syndrome de l'imposteur", davantage présent chez les femmes : elles souhaitent d'abord se constituer un réseau qu'elles jugent suffisamment solide, et acquérir un niveau minimum de compétences qu'elles estiment indispensables pour se sentir confiantes et prêtes à se lancer. ► **A**

Des raisons personnelles : parce que la maternité joue un rôle actif dans la décision de se lancer. Un tiers des femmes entreprennent après avoir eu un enfant, alors que seuls un cinquième des hommes attendent leur premier enfant pour se lancer.

● ● "Je me suis lancée il y a 10 ans... À l'époque nous étions peu de femmes à fonder et diriger des startups."

Elise Covilette
Cofondatrice de Kokoroe

A Expérience au lancement de l'activité



POURQUOI NE PAS AVOIR ENTREPRIS PLUS TÔT ?



Les femmes se lancent en moyenne deux fois plus tard que les hommes dans l'entrepreneuriat

Près de la moitié des femmes attendent d'avoir 10 ans d'expérience avant d'entreprendre, alors que les hommes ne sont qu'un quart à être dans ce cas.

A circular graphic consisting of several concentric blue circles. In the center, the number '25%' is written in a large, white, sans-serif font. Below the percentage, the word 'Hommes' is written in a smaller, white, sans-serif font.

25%

Hommes

A circular graphic consisting of several concentric blue circles. In the center, the number '44%' is written in a large, white, sans-serif font. Below the percentage, the word 'Femmes' is written in a smaller, white, sans-serif font.

44%

Femmes



Interview

Elise Covilette
Cofondatrice de Kokoroe

Aujourd'hui, on ne compte qu'une femme pour dix hommes parmi les CEOs des startups.

Quelle est votre perception de l'entrepreneuriat au féminin en France ?

ELISE COVILETTE : *J'ai cofondé Kokoroé avec ma sœur jumelle et avec une amie d'enfance. Nous nous sommes lancées dans l'entrepreneuriat en 2014, il y a près de 10 ans. Nous avons très vite intégré l'accélérateur de Microsoft. A l'époque, nous étions la seule startup à avoir été fondée et à être dirigée par des femmes, parmi les 15 de notre promotion. Aujourd'hui, il y a encore peu de femmes qui entreprennent, mais la situation s'est améliorée, notamment grâce à des réseaux d'accompagnement dédiés, comme WILLA ou Sista.*

En quoi le fait d'être une femme a influencé votre envie d'entreprendre ?

Je souhaitais être indépendante, libre. Pour être mon propre patron et ne rendre des comptes qu'à moi-même. Est-ce que le fait d'être une femme m'a aidée ? Oui et non. C'est avantageux pour ce qui est des relations presse, car les médias cherchent à mettre en lumière le parcours de femmes entrepreneuses et à raconter de belles histoires sur le sujet. En revanche, le genre est parfois un frein, surtout en matière de financements - ça ne date pas d'hier. En tant que trio féminin, quand nous allions rencontrer des fonds d'investissement, ils étaient souvent étonnés qu'il n'y ait pas d'homme dans l'équipe fondatrice. Nous avons parfois le sentiment de ne pas vraiment être prises au sérieux. Je pense cependant qu'il faut bien distinguer les fonds, qui ont une approche traditionnelle et académique de l'entrepreneuriat,

et les business angels - le plus souvent des hommes - qui ont une tout autre sensibilité. Car nous avons trouvé du soutien auprès de business angels.

Si vous deviez donner un conseil à des entrepreneuses qui se lancent, lequel retiendriez-vous ?

Je pense qu'il faut vivre à fond son aventure entrepreneuriale. Il ne faut pas prendre un échec comme un coup d'arrêt définitif. Tous les échecs vont nous apprendre quelque chose sur nous, notre manière de fonctionner ou notre vision. Il ne faut pas en avoir peur. Je pense qu'il faut se lancer à fond. La trajectoire en est d'autant plus intéressante, presque plus que le résultat.

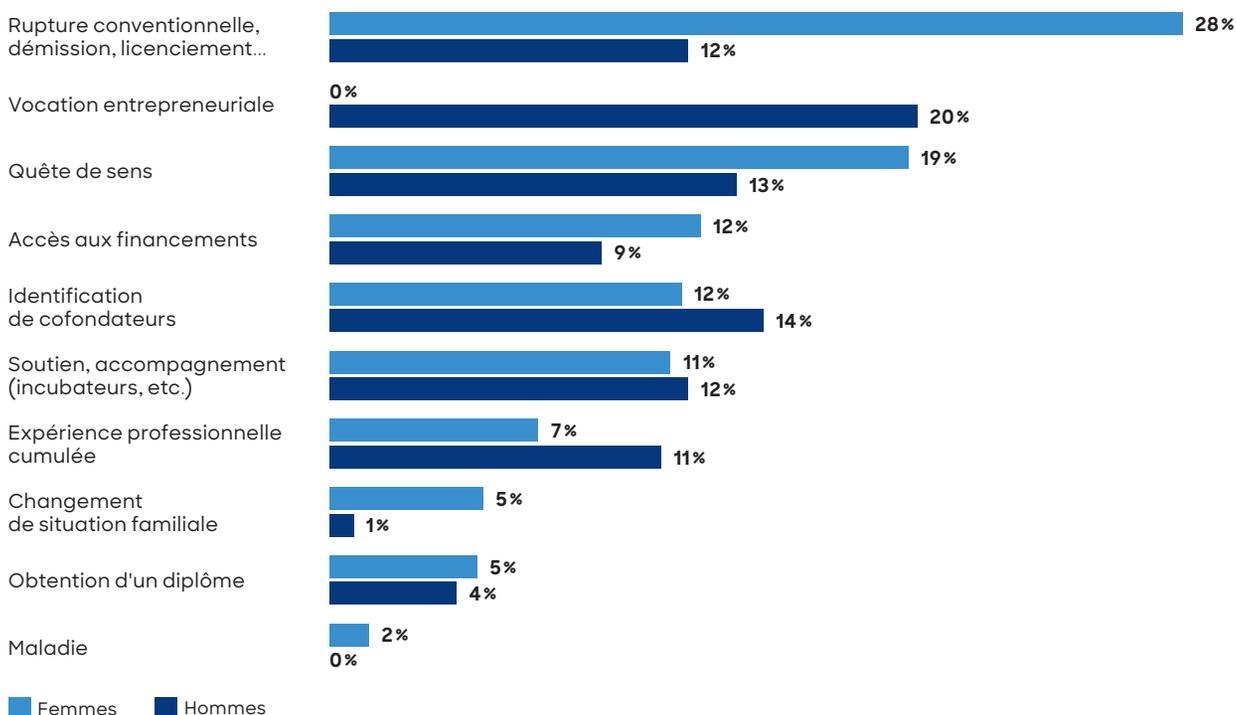
1.3 | Facteurs déclenchant la création d'entreprise : les femmes n'envisagent pas l'entrepreneuriat comme un choix initial de carrière

Les facteurs déclenchant la décision d'entreprendre permettent d'apporter un éclairage aux différences d'approche entre les entrepreneuses et les entrepreneurs. C'est la notion même d'entrepreneuriat qui n'a pas la même signification pour les femmes et les hommes, marquée par des référentiels culturels différenciés.

Les femmes n'envisagent pas l'entrepreneuriat comme un choix de carrière à part entière, qui pourrait être fait dès la fin des études. Les facteurs déclencheurs qu'elles présentent sont tous exogènes, alors qu'un cinquième des hommes font de l'envie d'entreprendre leur motivation première pour se lancer.

Les femmes ont par ailleurs davantage tendance à attendre un moment clé, un tournant dans leur vie professionnelle pour se lancer. Environ 28% des créations d'entreprises par des femmes sont liées à des changements de vie tels qu'une démission ou un licenciement, tandis que ce chiffre n'est que de 12% chez les hommes. ► **B**

B Qu'est-ce qui vous a permis de franchir le cap de l'entrepreneuriat ?



On peut y lire que le désir d'entrepreneuriat naît plutôt chez les femmes comme une réponse à des obstacles ou des opportunités qui se sont présentés au cours de leurs parcours, et non une volonté personnelle initiale.

Ceci est corroboré par le fait que les femmes sont deux fois moins susceptibles d'avoir un profil multi-entrepreneurial que les hommes : seules 27% d'entre elles avaient déjà fondé une startup auparavant, alors que c'est le cas de 52% des hommes interrogés.

Les réponses des entrepreneurs soulignent également une forte différence quant à l'un des facteurs déclencheurs : la quête de sens, qui semble être l'une des motivations les plus importantes chez les femmes qui entreprennent. À ce sujet, on constate un pic de création d'entreprises depuis 2021, surtout chez les femmes, qui peut révéler cette quête de sens exacerbée par la crise sanitaire. ► C

● ● "J'ai encore l'impression très souvent de ne pas être légitime sur plein de sujets mais je ne me mets pas de barrières. Je pense que les femmes ont beaucoup plus de pression sur l'échec, la volonté de bien faire, d'être des enfants modèles."

Matthieu Stefani

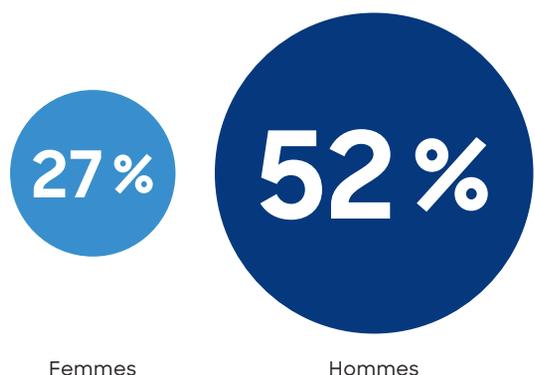
Cofondateur de Alvo.market et de CosaVostra, hôte du podcast Génération Do It Yourself

"Les femmes, par l'éducation qu'elles ont reçue et le peu de modèles féminins de succès (comparativement au nombre d'entrepreneurs hommes), ont moins la culture du business, de créer une entreprise, de gagner de l'argent et de se faire aider et encourager sur ces sujets-là." ● ●

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne

PROFIL

MULTI-ENTREPRENEURIAL



C Répartition du nombre de startups créées (%, 2005-2023)





Interview

Victoire Mulliez
Cofondatrice de Gynea

Quel a été votre parcours ?

VICTOIRE MULLIEZ : J'ai un profil littéraire : j'ai étudié à Sciences Po, puis j'ai créé une première startup dans le e-commerce aux Etats-Unis. Celle-ci n'a pas marché mais a été une aventure extraordinaire. Je travaille sur Gynea depuis deux ans maintenant. Nous développons des espaces de santé dédiés aux femmes, rassemblant toutes les expertises médicales et complémentaires (médecine intégrative). Le premier espace Gynea a ouvert en 2022.

Qu'est-ce qui vous a incitée à vous lancer juste après vos études ?

Etudiante, j'avais créé un prix d'art contemporain et j'avais adoré construire un projet en partant de zéro. En parallèle, j'ai bénéficié d'un environnement familial propice car mon père était chef d'entreprise dans la restauration rapide. Je l'ai toujours vu évoluer dans un cadre avec beaucoup de pression mais aussi beaucoup de liberté. Ça a certainement influencé mes choix.

Comment transposez-vous cet héritage entrepreneurial dans votre entreprise ?

Je pense que je n'ai pas peur de m'emparer des sujets, d'un point de vue stratégique comme opérationnel. J'avais bien conscience, avant de me lancer, que l'entrepreneuriat, ça peut être très inconfortable, et qu'il ne faut pas avoir peur de mettre la main à la pâte...

Il y a donc quand même eu des obstacles ?

Bien entendu, des milliers ! Lors de la création de ma première entreprise surtout, je me suis lancée sans trop réfléchir, en sous-estimant de nombreux paramètres. Et je n'étais pas du tout préparée à l'échec. En France, on manque beaucoup de recul sur l'échec entrepreneurial, qu'on dramatise et qu'on stigmatise, alors que c'est une expérience qui, malgré tout, nous fait apprendre et avancer.

Et le fait d'être une femme a-t-il été un frein ou un avantage ?

Honnêtement, je n'ai pas constaté d'avantage à titre personnel. Au contraire. Par exemple, lorsque mon associée Marie et moi levions des fonds pour Gynea, nous échangeons principalement avec des investisseurs masculins, car ils sont bien plus nombreux que les femmes. Et très bizarrement, ces hommes nous demandaient systématiquement quel âge on avait ! Question que l'on ne pose jamais aux fondateurs hommes. Le problème de ce genre de choses, c'est que ça fait tout de suite dévier la conversation sur un terrain moins professionnel, même s'il n'y a aucune mauvaise intention derrière...

Qu'est-ce qui pourrait faire changer le regard sur l'entrepreneuriat au féminin ?

Rendre plus visibles les femmes qui entreprennent avec succès, dans toute leur diversité. Des femmes à la tête de startups tech, mais aussi de belles PME-ETI. Des femmes qui créent des bijoux mais aussi des drones. Mettons-les en avant !

2

Des visions entrepreneuriales différentes, marquées par de nombreuses inégalités

En raison de freins matériels mais également psychologiques, la conception de l'entrepreneuriat qu'ont les femmes qui se lancent dans l'aventure d'une startup diffère assez nettement de celle des hommes. Bien qu'elles rencontrent de nombreuses difficultés à créer leur startup, les femmes sont souvent plus sensibles à la performance extra-financière et à l'impact qu'elles peuvent avoir. Sans oublier, pour autant, de viser la rentabilité à moyen terme.

2.1 | L'impact, un puissant moteur pour les femmes entrepreneuses

Les femmes ont une conception de la performance qui n'est pas uniquement financière.

Cela s'observe d'abord dans leurs motivations principales à se lancer : seules 6% des femmes déclarent entreprendre dans le but premier de gagner de l'argent (contre 25% des hommes).

On l'observe ensuite dans le choix du secteur d'activité de leur startup : les femmes entreprennent surtout dans les secteurs environnementaux (le développement durable, premier pôle d'entrepreneuriat féminin avec 22% des répondantes) ou sociétaux (bien-être, santé, éducation, alimentation). Le premier secteur d'entrepreneuriat chez les hommes est celui des services financiers (15%). ▶ **D**

2.2 | Des critères de réussite différenciés : la rentabilité, le leitmotiv des entrepreneuses

Lorsqu'on compare les projections des entrepreneurs à moyen terme, on constate des écarts dans les ambitions. Pour les femmes, les principaux critères de

réussite à cinq ans sont la rentabilité (77% des répondantes), l'atteinte du leadership dans son secteur (56%), le recrutement de nombreux collaborateurs (47%), l'obtention d'un label attestant de l'impact positif (30%) et l'internationalisation (27%).

Pour les hommes, le classement diffère : le leadership dans son secteur arrive en tête (65%), suivi par la rentabilité (63%), l'internationalisation (35%), le recrutement de nombreux collaborateurs (28%), et enfin un label attestant de l'impact positif (20%). ▶ **E**

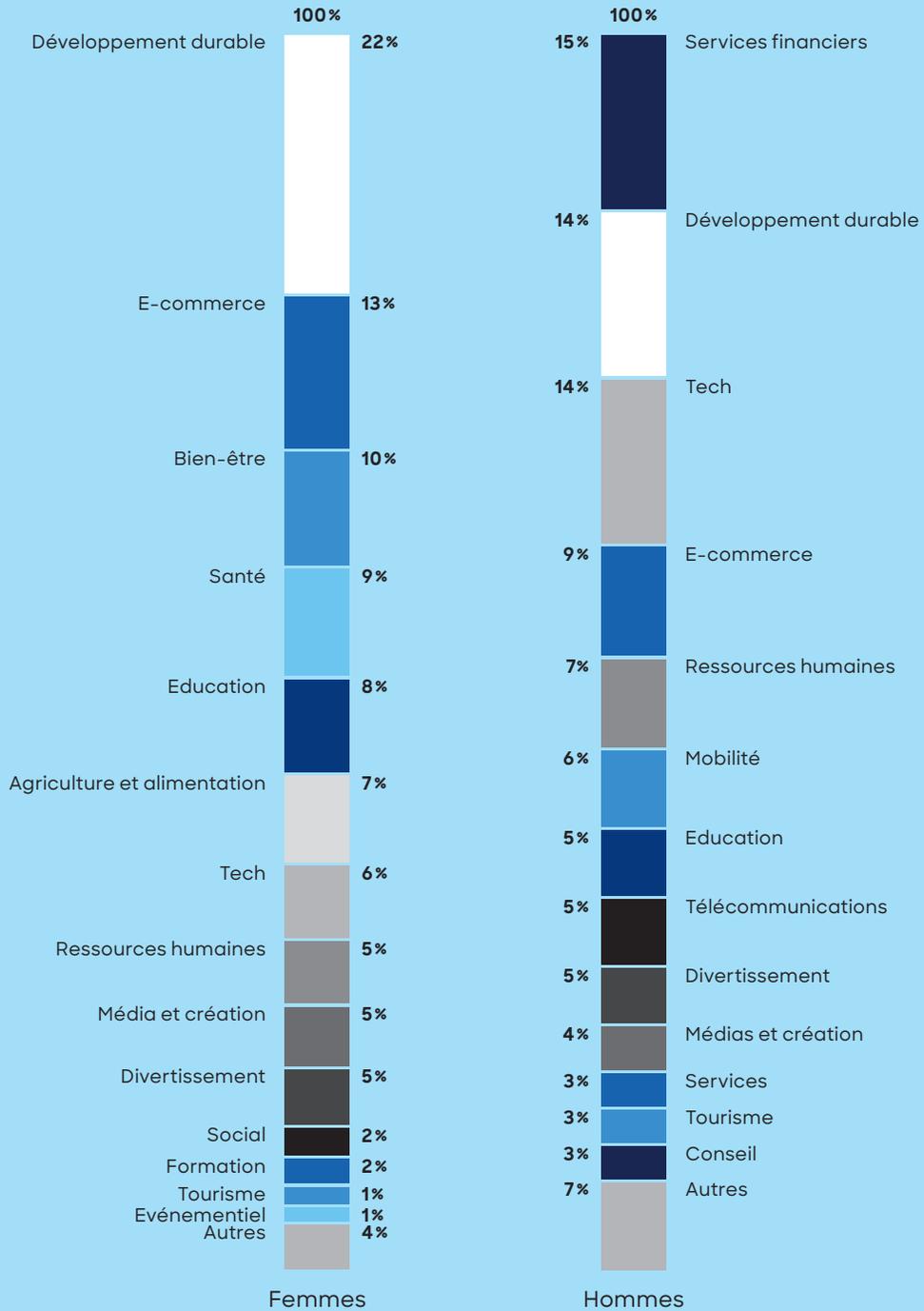
L'objectif premier de la rentabilité montre une volonté plus marquée des femmes de garder le contrôle sur leur entreprise, de lui assurer une viabilité économique en misant davantage sur une croissance organique. Ce point est particulièrement important, quand on sait que les entreprises dirigées par des femmes sont souvent plus rentables que celles dirigées par des hommes (8% de plus, en Europe). Une tendance qu'on observe aussi en France où les femmes, qui représentent seulement 15% des chefs de sociétés ou d'entreprises, contribuent pourtant à 21% des profits de l'ensemble des PME⁵.

À l'inverse, les hommes mettent davantage l'accent sur l'obtention du leadership de l'entreprise dans son secteur. L'un des moyens privilégiés pour l'atteindre rapidement étant la levée de fonds, ces différences d'objectifs peuvent expliquer, au-delà des inégalités d'accès aux financements, le moindre recours des femmes entrepreneuses aux levées de fonds.

Enfin, la volonté plus marquée chez les femmes de recruter de nombreux collaborateurs et d'obtenir un label du type B Corp vient renforcer l'idée que la recherche d'impact sociétal est une des préoccupations majeures des entrepreneuses.

⁵ Entreprendre au féminin, propulse by Crédit Agricole, 2022

D Positionnement sectoriel de la startup





Interview

Florence Baitinger
Présidente et cofondatrice de Gobilab

Les startups à impact sont-elles portées par les femmes aujourd'hui ?

FLORENCE BAITINGER : Le secteur de l'impact est majoritairement féminin et joue un rôle pionnier dans la transition écologique et sociale. Il reste des barrières à surmonter, notamment le manque de financement. Je vois beaucoup de battantes dans ce secteur, qui ont une démarche engagée, en sachant que ce n'est pas forcément là où les rentabilités sont les plus fortes ou rapides. Or, même si on sait que forte rentabilité et dégâts écologiques sont souvent liés, l'analyse de la performance économique n'intègre toujours pas l'impact écologique et social.

Pourquoi avoir fait ce choix en créant Gobilab ?

L'entrepreneuriat à impact est extraordinaire à mes yeux, alliant souplesse, agilité et challenge économique dans le cadre d'un projet à la fois politique et social. Réussir à combiner ces deux aspects me correspond parfaitement.

La rentabilité reste un sujet de préoccupation majeure.

Comment avez-vous géré les aspects financiers ?

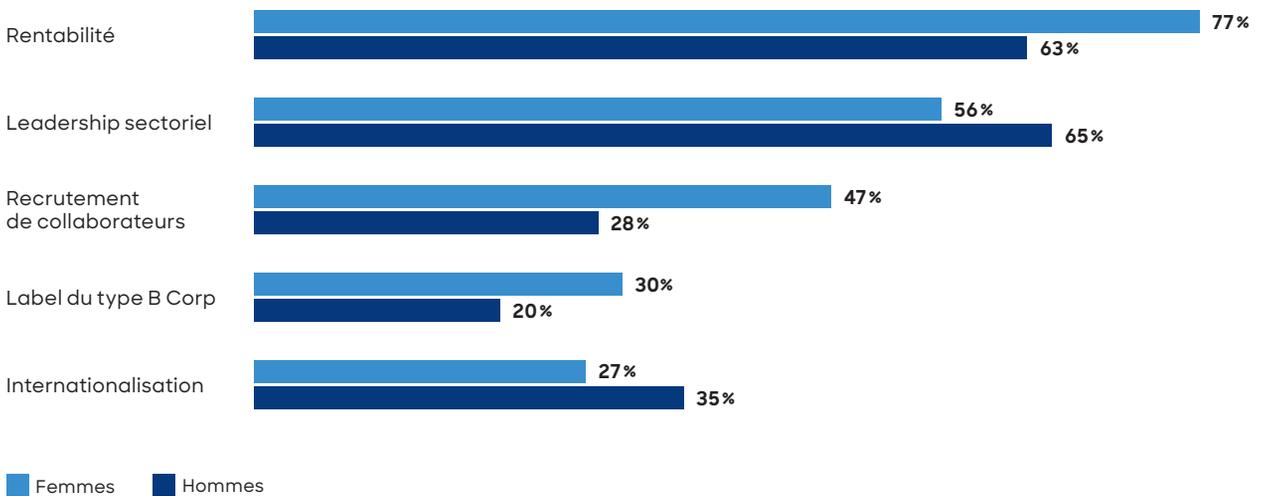
Passé la première phase excitante d'exploration, la rentabilité est la clé de l'indépendance et de la pérennité, même si cela prend du temps. Être entrepreneur précarise au moins pendant les premières années. J'ai mis des années avant de me payer avec Gobilab. J'ai fait du conseil en freelance à côté, privilégiant la liberté à la sécurité. Pour ceux qui ont eu des expériences antérieures, rester en contact avec d'anciens employeurs ou cultiver le réseau offre un filet de sécurité. Avant de franchir le cap de la maturité économique et de la

levée de fonds, le temps passe beaucoup plus vite qu'on ne l'imagine...

Comment vous voyez-vous dans cinq ans ?

J'ai encore beaucoup de travail d'évangélisation, d'éducation à faire sur le marché. L'urgence de la réduction des déchets et l'importance de l'éco-conception ont émergé, mais la transformation des habitudes et des achats ne va pas assez vite. Ce qui me motive pour la suite, c'est la coalition avec d'autres entreprises de l'économie circulaire pour accélérer les changements réglementaires et les nouvelles idées créatives à trouver pour embarquer toujours plus de monde, avec mon équipe. Ce qui compte pour moi, ce qui fait que je m'y vois encore dans cinq ans, c'est que le sujet est en train d'arriver à l'échelle européenne. On est en train de se structurer avec d'autres entrepreneurs pour travailler de pair avec les ONG et les pouvoirs publics afin de faire grandir notre marché.

E Indicateurs clés de réussite à horizon cinq ans



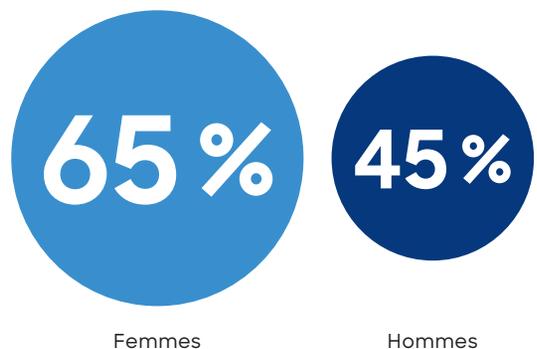
2.3 | Des moyens initiaux et des financements inégaux

QUAND ELLES SE LANCENT, LES FEMMES LE FONT AVEC UN CAPITAL FINANCIER BIEN INFÉRIEUR À CELUI DES HOMMES

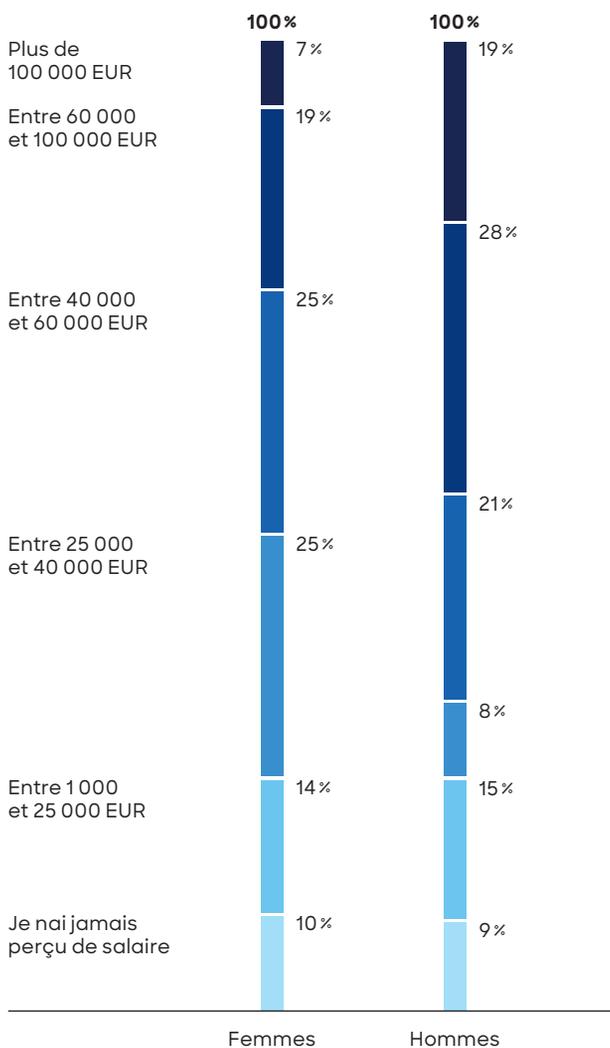
Les inégalités salariales contribuent aux disparités de capital initial entre femmes et hommes au moment du lancement d'une entreprise. Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de se lancer avec un revenu annuel inférieur à 60 000 euros (65% contre 45%). ► **F**

Ceci explique le fait qu'elles soient plus nombreuses à investir moins de 10 000 euros au démarrage de leur entreprise (41% contre 33% chez les hommes), car leur épargne n'est pas au niveau de celle des hommes. ► **G**

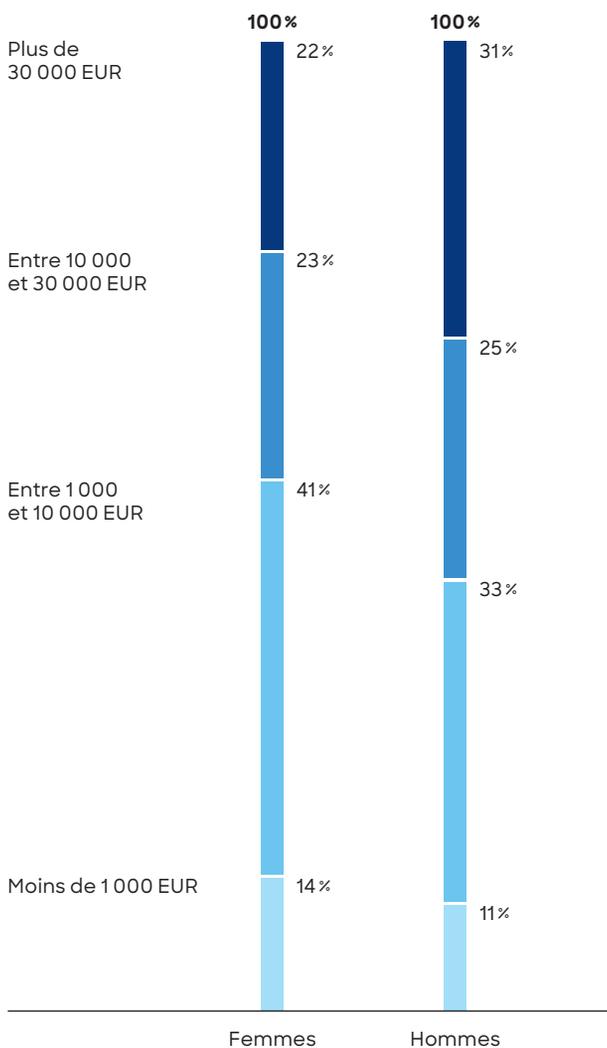
LANCEMENT AVEC UN REVENU ANNUEL INFÉRIEUR À 60 000 EUROS



F Tranches de salaire avant le lancement dans l'entrepreneuriat



G Epargne personnelle investie dans l'entreprise



LA LEVÉE DE FONDS N'EST PAS L'ALPHA ET L'OMÉGA DE LA RÉUSSITE DES ENTREPRISES PORTÉES PAR LES FEMMES

Les inégalités de financement des startups entre les femmes et les hommes n'est plus un secret. Toutes les études le montrent, et l'illustrent par des chiffres qui ne progressent que très peu.

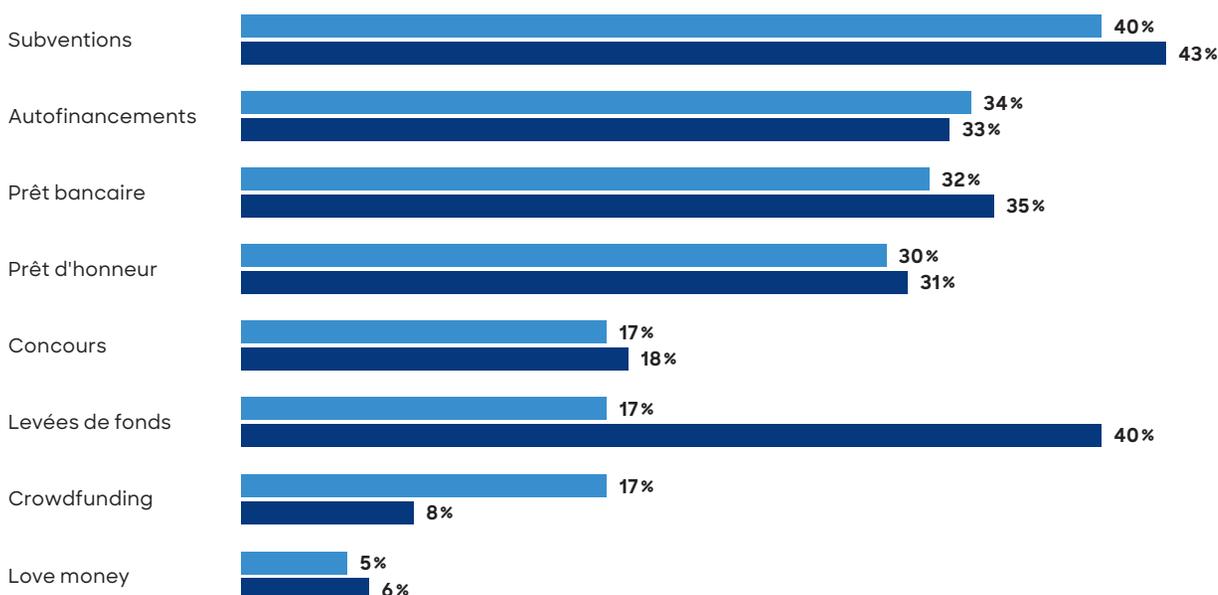
Aujourd'hui, notre enquête révèle néanmoins que pour tous les entrepreneurs, femmes comme hommes, un sentiment est partagé : celui de la difficulté d'accès aux financements. 43% des hommes le mettent en lumière dans les résultats, tout comme 40% des femmes. Néanmoins, lorsqu'on regarde les types de financement

auxquels les entrepreneurs ont recours, ce sont les mêmes pour les femmes et les hommes, dans les mêmes proportions, à l'exception des levées de fonds. ► H

● ● "La première année, j'ai souhaité en priorité aller chercher des investissements non dilutifs."

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne

H Types de financement de la startup



On le sait, les inégalités sont importantes et persistent dans l'accès aux levées de fonds entre les femmes et les hommes. Cela s'explique par un écosystème du financement encore largement dominé par les hommes. Parmi les 30 business angels les plus actifs en France, on ne compte ainsi que quatre femmes⁶. On peut également citer l'existence de discriminations encore trop fortes liées aux stéréotypes de genre ou aux préjugés des investisseurs⁷.

Ces inégalités ont été confirmées dans notre enquête par les entrepreneuses.

"J'ai vécu des rendez-vous avec des investisseurs où on ne s'adressait qu'à mon associé (un homme) alors que je suis plus expérimentée, à l'origine du projet et présidente... J'ai eu le droit à des remarques sur mon physique ou mes cheveux au lieu de se focaliser sur le projet. Et le taux de sollicitation spontanée des fonds était bien moins important qu'avec ma précédente startup créée avec un homme." ● ●

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne

● ● **"Pour l'amorçage, être une femme peut être un atout, mais lorsque l'on passe à des étapes plus importantes (levée de fonds de plus 1 million d'euros), être une femme est vraiment déroutant pour les investisseurs. Le charisme attendu et valorisé correspond plutôt aux qualités d'un leader masculin."**

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne

Les résultats de l'enquête soulignent un point : les hommes recourent plus de deux fois plus aux levées de fonds que les femmes (40% pour les hommes face à 17% pour les femmes). Lorsqu'ils lèvent, les hommes parviennent à obtenir des sommes beaucoup plus élevées que les femmes : 38% des hommes franchissent la barrière symbolique du million d'euros, là où seulement 22% des femmes y arrivent. La part la plus importante des montants levés se situe sous les 50 000 euros pour les femmes (32%) contre une tranche comprise entre 1 et 10 millions d'euros pour les hommes (29%).

Les femmes, du fait des difficultés qu'elles rencontrent à lever des fonds, se font davantage accompagner par des structures dédiées que les hommes. Elles y ont recours à 77%, contre 64% pour les

⁶ Classement réalisé par Angelsquare pour le magazine Challenges, 2022-2023

⁷ Buteau, Rao, & Valenti, 2021; OCDE, 2004; Ribes-Giner et al., 2019; Williams & Kedir, 2018

hommes. A ce titre, il est utile de rappeler que le taux de faillite moyen est de 40 % pour une startup non accompagnée et de 20 % pour une startup accompagnée⁸.

Toutefois, une autre grille de lecture est révélée dans les différents témoignages de entrepreneuses : au-delà d'avoir plus de difficultés à lever des fonds, les femmes ne manifestent pas l'envie de recourir à tout prix à ce moyen de financement, qu'elles ne considèrent pas comme un objectif à atteindre dans leur parcours entrepreneurial.

Elles évoquent même une certaine méfiance vis-à-vis de ce mode de financement, craignant notamment de perdre le contrôle de l'entreprise et de devoir renier leurs valeurs.

L'analyse des autres sources communes de financement ne fait pas ressortir de différence significative entre les genres, mis à part celle du crowdfunding : à l'inverse des levées de fonds, les entrepreneuses ont deux fois plus recours au crowdfunding (17%) que les hommes (8%).

● ● **"Je n'ai pas le besoin impérieux de lever des fonds pour l'instant et je crains d'être pressurisée par un milieu masculin en désaccord avec mes valeurs."**

Entrepreneuse interrogée
dans le cadre de notre enquête en ligne

"Je ne me suis pas sentie alignée dans cet univers d'investisseurs. Nous étions deux lorsque nous avons commencé les démarches pour lever des fonds. Puis, après plusieurs désillusions, nous avons préféré arrêter." ● ●

Entrepreneuse interrogée
dans le cadre de notre enquête en ligne

3

Favoriser l'entrepreneuriat féminin en France : une course de fond qui exige une implication de toutes les parties prenantes

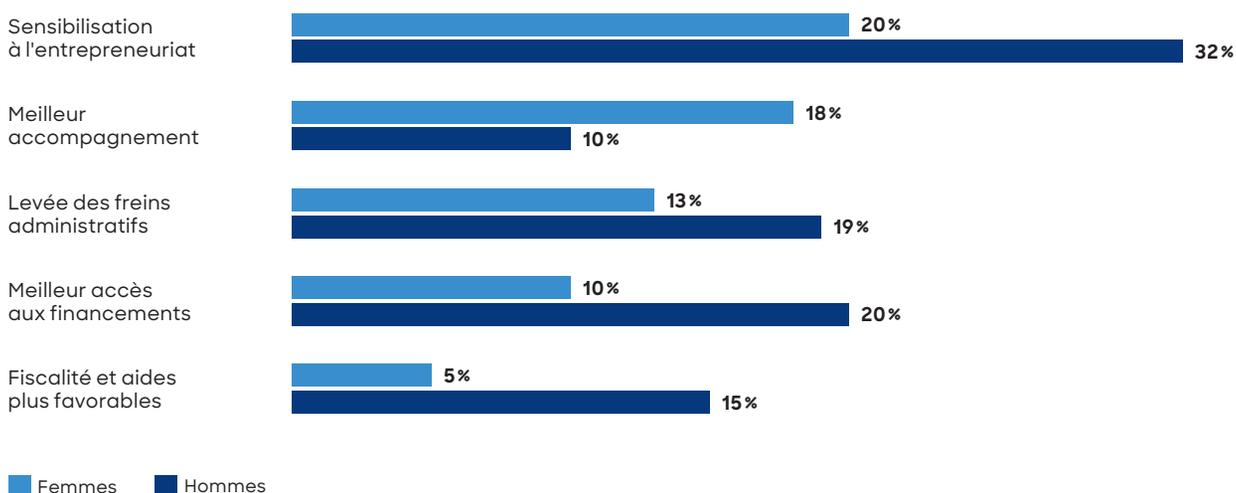
3.1 | Les souhaits d'amélioration aux parcours entrepreneuriaux

Quand on leur demande comment il serait possible d'améliorer le parcours entrepreneurial, hommes et femmes ne mettent pas l'accent sur les mêmes actions. Les hommes sont plus nombreux à recommander une sensibilisation à l'entrepreneuriat (32%) que les femmes (20%). De même, ils accordent plus d'importance à la levée des freins administratifs (19%) que les femmes (13%). Une plus grande part d'hommes demande un meilleur accès aux financements (20% pour les hommes versus 10% pour les femmes). Les femmes, quant à elles, sont plus nombreuses que les hommes à estimer qu'un meilleur accompagnement est souhaitable (18% contre 10%), renforçant l'idée qu'elles attendent d'avoir toutes les cartes en main pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. ► |

"Aujourd'hui, l'entrepreneuriat en France reste encore trop cloisonné. Il existe pléthore de projets, programmes, mais je pense qu'on peine à les adresser aux bons interlocuteurs. Et on a aussi un grand manque de représentation dans cet écosystème, qui gagnerait à être plus inclusif au sens large. Le manque de financement pour les femmes entrepreneuses n'est pas le seul point d'amélioration. Nous avons un vrai travail de sensibilisation et d'accompagnement à mettre en place pour dépeussier cet écosystème." ● ●

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne

| Améliorations jugées nécessaires au parcours entrepreneurial



3.2 | Recommandations à destination des acteurs de l'écosystème

LES CONSEILS À DESTINATION DES ENTREPRENEUSES

De nombreuses pistes de réflexion et d'action reviennent régulièrement. Parmi elles, le fait de savoir s'entourer pour être, de fait, mieux accompagnée. Cela peut se concrétiser par la recherche d'un ou plusieurs mentors expérimentés ou le choix d'un coach spécialisé. Plus largement, cultiver son réseau est un incontournable, en témoigne **Laure Betsch**, cofondatrice de Fairly Made : "Pour nous, la clé a été de bien s'entourer, en particulier grâce à WILLA. Passer du temps à choisir les réseaux adaptés est crucial. Le réseau est essentiel - c'est là que nous trouvons des réponses et échangeons avec ceux qui comprennent notre quotidien. Lors de prises de décisions importantes, creusez dans votre réseau pour des retours d'expérience, vous apprendrez toujours ! Et pour la levée de fonds, le process est simple : établir les documents (deck et BP), faire la liste des fonds intéressants, roadshow et due diligence. Donner du rythme au process, définir une deadline et se faire accompagner ont été les clés pour nous". Un point également confirmé par **Isabelle Mashola**, PDG et cofondatrice d'Isahit, qui met l'accent sur la confiance : "Je pense que la confiance vient notamment de l'écosystème dans lequel on évolue. Ce sont les rencontres que l'on fait, les role models que l'on se crée. La chance se provoque. Il faut être un peu ouvert pour voir la chance qui passe devant vous, il faut savoir la saisir, avoir envie de sortir de sa zone de confort". La confiance s'obtient en effet grâce à son entourage, qu'il soit personnel ou professionnel. C'est en tout cas ce qu'a vécu **Solenne Bocquillon**, PDG et fondatrice de SoftKids : "Avant d'arriver chez Shell, je me disais que, pour faire carrière, je ne pourrais pas avoir d'enfant. Mais

"Avoir plus simplement la possibilité d'être accompagnée gratuitement en tout début de parcours. Le programme 'Les sprinteuses' de WILLA nous a vraiment aidés à démarrer notre projet, à mettre un pied dans ce nouvel univers de la startup, des pitches, des réseaux (tels que le réseau Entreprendre ou la BPI). Pour moi, faire partie de ce programme d'accompagnement a été un réel soutien psychologique." ● ●

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne

j'ai vu plein de femmes accéder à des postes de vice-présidente, de DRH, etc. On avait beaucoup de role models et de mentoring, et ça m'a très vite rassurée quant à la possibilité d'avoir une vie personnelle à côté de ma vie professionnelle. J'ai commencé à être mentorée en 2008 par une manager allemande quand j'ai pris un poste à dimension européenne. Puis j'ai eu des mentors anglais, hollandais et américains qui m'ont permis de voir l'équilibre vie pro/perso différemment mais aussi de mettre ma gestion de carrière dans mes priorités. J'ai pris les choses en main. En 2018, lorsque j'ai parlé de mon idée d'entreprise à ma responsable, qui était vice-présidente monde, elle m'a tout de suite dit "Lance-toi, c'est une super idée". J'ai eu du soutien de la part de ma hiérarchie pour partir. On m'avait proposé un autre poste, j'aurais pu rester chez Shell en tant que DRH des nouvelles énergies, un sujet très intéressant. Mais ils m'ont donné les moyens de créer mon entreprise et ils m'accompagnent encore aujourd'hui. D'ailleurs, 60% de la collecte de ma campagne de crowdfunding de 15 000 euros en 2020 a été faite grâce à mes anciens collègues".



Interview

Paul Courtaud
CEO de Neobrain

● ● **Le plus important, quand on a envie d'entreprendre, c'est finalement le 'just do it'."**

En tant qu'homme, comment analysez-vous la place des femmes dans l'entrepreneuriat en France ?

PAUL COURTAUD : *Quand j'ai créé ma première entreprise, j'avais 14 ans. Je ne me posais même pas cette question, car que vous soyez un jeune homme ou une jeune femme, vous n'avez de toute façon aucune crédibilité. Avec le recul, je trouve qu'aujourd'hui il y a un effet de rattrapage : la discrimination positive permet de mettre davantage en lumière des projets portés par des femmes, ce qui est bénéfique quand on sait qu'il n'y a que 5 à 7% de femmes entrepreneuses dans la tech. Les fonds d'investissements sont plus attentifs au fait d'équilibrer leur portefeuille.*

Est-ce que le réseau est important ? Est-ce que vous constatez une différence entre le réseau des femmes et celui des hommes ?

J'ai vu autant de femmes extrêmement douées pour animer leur réseau que d'hommes. Mais chez les femmes, ce phénomène est sans doute plus fort, dans la mesure où l'urgence de la solidarité se fait bien plus sentir pour elles que pour les hommes.

Quel serait votre conseil pour de jeunes entrepreneurs, vous qui vous êtes lancé très tôt ?

Je dirais que c'est normal de douter, c'est même important. Le doute est sain, c'est ce qui nous fait avancer. Et le deuxième sujet, c'est de savoir bien s'entourer. S'entourer des personnes qui peuvent vous donner des conseils, avec qui vous pouvez discuter, approfondir votre projet. De nombreuses personnes ont peur de parler de leur projet, de se faire voler l'idée. Mais ce qu'on apprend avec l'expérience, c'est que l'idée ne vaut vraiment rien, ce qui compte, c'est son exécution. Le plus important, quand on a envie d'entreprendre, c'est finalement le 'just do it'. Un entrepreneur, c'est moins celui qui a l'idée que celui qui passe à l'action, qui teste.

Le développement d'un réseau est donc primordial pour les entrepreneurs, y compris les hommes qui s'accordent également sur ce point, comme **Alexandre Pachulski**, cofondateur de Talensoft : *"Le conseil que je pourrais donner, c'est qu'il faut savoir s'entourer. On n'arrive à rien tout seul, je n'y serais jamais arrivé si je ne m'étais pas entouré. S'écouter, se faire confiance, rester soi-même, aller chercher les compétences nécessaires, parce qu'on ne réussit rien tout seul, personne, jamais".* Enfin, comme le souligne **Frédéric Mazzella**, fondateur de Blablacar & Captain Cause, il est essentiel de créer des "back up plans" : *"Les grandes entreprises mettent souvent en place des plans de continuation où des remplaçants sont désignés en cas d'absence ou de départ de fonctions C-level. Pour prévenir les risques liés au porteur de projet, on pourrait instaurer cette pratique dès le départ pour rassurer les investisseurs".*

QUELLES RECOMMANDATIONS POUR LES STRUCTURES D'ACCOMPAGNEMENT ?

Afin de générer plus de diversité dans l'écosystème entrepreneurial, les structures d'accompagnement peuvent accentuer la formation de leurs équipes, notamment sur les sujets ayant trait aux biais de genre, mais aussi former les entrepreneurs qu'elles suivent pour les encourager à développer des structures plus diverses, plus durables et plus responsables. Car les entreprises s'empareront ensuite à leur tour de ce rôle, ce dont est convaincue **Laure Betsch**, cofondatrice de Fairly Made : *"En tant qu'entreprise, on a un rôle à jouer pour rétablir l'équilibre hommes - femmes, par l'équité des salaires évidemment, et nous sommes allés plus loin, en donnant un mois de plus payé pour le congé du deuxième parent ainsi qu'une demi-journée offerte par semaine pour les hommes et les femmes, jusqu'au 6 mois de l'enfant".* Un rôle cher à **Julien Delamorte**,

cofondateur de Handsome, qui est particulièrement regardant sur le choix des investisseurs, des fournisseurs, des collaborateurs : *"Si l'équipe avec qui nous devons travailler n'est pas capable d'être dans l'ouverture, qu'elles ne représentent pas nos valeurs, nous refusons de collaborer".* Par ailleurs, les structures d'accompagnement pourraient mettre en place des initiatives pour attirer et soutenir activement des entrepreneurs issus de communautés sous-représentées, afin de générer un effet de cascade pour, qu'à leur tour, les entreprises encouragent la promotion de la diversité et s'assurent que toutes les voix sont entendues de manière égale au sein de leur organisation.

● ● **"J'aimerais voir plus d'information et de passerelles pendant les études vers l'entrepreneuriat, une meilleure connaissance des conseillers du monde de l'entreprise et de ses besoins et attentes, une meilleure corrélation entre les formations et les entreprises d'un même bassin d'emploi, un meilleur accompagnement des banquiers et plus de visibilité donnée aux créations françaises."**

Entrepreneuse interrogée dans le cadre de notre enquête en ligne



Interview

Solenne Bocquillon
CEO et fondatrice de Soft Kids

Les femmes entrepreneuses manquent-elles de confiance ?

SOLENNE BOCQUILLON : *Pour moi, il n'y a aucun syndrome de l'imposteur chez la femme entrepreneuse. Dès l'instant où la décision de monter son entreprise est actée, que les statuts sont déposés, c'est la preuve d'une volonté, d'une envie d'y aller. Il y a juste une courbe d'apprentissage, et c'est une courbe d'apprentissage que tout le monde a, homme ou femme. Je n'ai jamais autant appris dans ma vie que ces quatre dernières années. Évidemment, lorsqu'on se retrouve en face de grandes premières, comme une levée de fonds, on peut avoir peur. Mais ce n'est pas de l'imposture, c'est de l'apprentissage. C'est difficile pour tous les entrepreneurs, la différence c'est qu'on manque d'une posture et d'une culture entrepreneuriale dans l'ADN féminin.*

Est-ce que c'est ce qui pénalise les femmes alors ?

Nous n'avons pas encore cette habitude de dire que nous sommes des femmes entrepreneuses et que nous parlons business. Ce qui fait que nous n'avons pas le réseau nous permettant de développer nos business comme les hommes. Cela s'explique sans doute par nos biais inconscients : les hommes parlent à 80 % de leur business et seulement à 20 % de leur vie quotidienne, alors que c'est l'inverse pour les femmes.

Au-delà de ces biais, existe-il des freins pour les femmes entrepreneuses ?

Je pense. D'abord, il n'y a pas assez de business angels en France : on en a 5 500 versus 40 000 au UK. Ensuite, il n'y a pas assez de femmes business angels, seulement entre 10 et 15 %. On se retrouve sur des sujets qui doivent être portés par les femmes, mais il n'y a pas

suffisamment de femmes qui peuvent investir dans ces projets. Alors je n'investis que dans des entreprises où il y a des femmes. Nous ne sommes pas nombreux à l'assumer, c'est un parti pris. Le mien, c'est de dire que si les femmes n'investissent pas dans les projets de femmes, on ne s'en sortira jamais.

Une belle histoire à partager pour inspirer d'autres femmes entrepreneuses ?

Ca fait plus de trois ans que j'ai créé Soft Kids. J'ai dépensé moins de 300 000 euros, et j'ai pratiquement tout trouvé soit en fonds propres, soit via des micro levées. Aujourd'hui, j'ai trois applications (famille, primaire, collègue), j'ai gagné un appel d'offres avec l'Éducation nationale, je suis en protocole de recherche avec le CNRS. Il n'y a pas une seule application qui a été fondée par des hommes avec si peu d'argent et de budget. Tous mes concurrents masculins viennent me demander des conseils pour savoir comment j'ai fait. J'en suis assez fière !

De même, elles pourraient favoriser la diversité géographique pour compenser l'effet de concentration autour de la région francilienne, et générer ainsi plus de dynamisme dans les territoires.

CONSEILS AUX STRUCTURES DE FINANCEMENT

Devant les difficultés d'accès aux financements auxquelles les femmes font face, on ne peut qu'encourager, là-aussi, la formation des équipes aux biais de genre. Mais aussi la création de fonds spécifiques pour financer des projets plus divers, ainsi que le recrutement d'équipes d'horizons différents. Un vœu émis par **Jean Guo**, cofondatrice de Konexio : *"Il faut que les équipes qui prennent les décisions dans les fonds d'investissement soient plus diverses. Aujourd'hui, il y a une minorité de femmes dans ces structures... Même si on a l'impression que les biais sont faibles, ils sont en réalité bien présents et ont des impacts importants.. Il faut accompagner les femmes à aller plus loin, à voir plus grand"*. Car l'écosystème du financement est encore trop masculin : *"Il existe de nombreuses plateformes qui investissent dans des startups, mais je trouve qu'elles sont construites pour les hommes, par les hommes"*, constate **Erell Tassin**, fondatrice de My Fenix. Constat partagé par **Victoire Mulliez**, cofondatrice de Gynéa : *"Si côté investisseurs et entrepreneurs on est majoritairement entre hommes, alors des affinités extra-professionnelles naissent. Faire du sport ensemble, partager de bonnes adresses, mettre en relation Pierre avec Paul, etc. Tout ça crée de la valeur et des opportunités"*. La féminisation du milieu de l'investissement est donc un axe de progression majeur, comme souligné par de nombreuses entrepreneuses.

● ● "Les demandes de financement peuvent faire peur, une sensibilisation et un accompagnement, notamment pour les jeunes entrepreneurs ou personnes non qualifiées dans la finance, devraient être obligatoirement proposés et disponibles sans surcoût par l'État, ainsi qu'un guide de sensibilisation aux lois et essentiels à connaître avant de lancer son activité selon son code APE."

Entrepreneuse interrogée
dans le cadre de notre enquête en ligne

Méthodologie

Enquête en ligne menée auprès de plus de 500 entrepreneuses et entrepreneurs,
novembre 2023.

Entretiens qualitatifs menés auprès de 15 entrepreneuses et entrepreneurs,
novembre 2023.

Remerciements

Nous tenons à remercier chaleureusement les entrepreneuses et entrepreneurs interrogé(e)s dans le cadre de cette étude.

Florence Baitinger

Cofondatrice de Gobilab

Laure Betsch

Cofondatrice de Fairly Made

Solenne Bocquillon

Fondatrice de Soft Kids

Claire Bretton

Cofondatrice de Underdog

Paul Courtaud

Fondateur de NEOBRAIN

Elise Covilette

Cofondatrice de Kokoroe

Julien Delamorte

Fondateur de HandSome

Eloa Guillotin

Cofondatrice de Beyond Aero

Jean Guo

Cofondatrice de Konexio

Isabelle Mashola

Cofondatrice de isahit

Frédéric Mazzella

Fondateur de BlaBlaCar

et cofondateur de Captain Cause

Victoire Mulliez

Cofondatrice de Gynea

Alexandre Pachulski

Cofondateur de Talentsoft

Matthieu Stefani

Cofondateur d'Alvo.Market & CosaVostra

Erell Tassin

Cofondatrice de My Fenix

Auteurs

ROLAND BERGER

Laurent Benarousse

Managing Partner

laurent.benarousse@rolandberger.com

Claire Pernet

Partner

claire.pernet@rolandberger.com

Anne Corteggiano

Head of External Affairs and Engagement

anne.corteggiano@rolandberger.com

Solène Demay

Senior Consultante

solene.demay@rolandberger.com

Mathieu Michelin

Content Manager

mathieu.michelin@rolandberger.com

Antoine Gallier

Data Scientist

antoine.gallier@rolandberger.com

CONTACT PRESSE

Manuel Chaplet

Responsable RP

manuel.chaplet@rolandberger.com

WILLA

Marie Georges

Présidente

marie@hellowilla.co

Flore Egnell

Déléguée générale

flore@hellowilla.co

Marie-Virginie Klein

Vice-présidente

mvk@iconic.fr

Sarah Huisman-Coridian

Vice-présidente

shc@equaniry.com

Capucine Dellon

Responsable communication

capucine@hellowilla.co

Aurélie Aknin

Experte

aa@iconic.fr

FRANCE DIGITALE

Maya Noël

Directrice générale, et son équipe

maya@francedigitale.org

01.2024

ROLANDBERGER.COM

This publication has been prepared for general guidance only. The reader should not act according to any information provided in this publication without receiving specific professional advice. Roland Berger GmbH shall not be liable for any damages resulting from any use of the information contained in the publication.

© 2024 ROLAND BERGER GMBH. ALL RIGHTS RESERVED.

ROLAND BERGER est le seul cabinet de conseil de direction générale d'origine européenne qui ait une présence forte à l'international. En tant que société indépendante, détenue exclusivement par nos partenaires, nous disposons de 51 bureaux sur tous les grands marchés. Nos 3 000 employés offrent une approche unique, combinant analyse et empathie. Animés par nos valeurs d'entrepreneuriat et d'excellence, nous sommes convaincus, chez Roland Berger, que le monde a besoin d'un nouveau paradigme durable, qui prenne en compte l'ensemble du cycle de valeur. Grâce à des équipes diversifiées, avec des compétences pour tous les secteurs d'activité et fonctions, nous sommes en mesure d'apporter la meilleure expertise possible pour relever les profonds défis d'aujourd'hui et de demain.

WILLA, une association qui accompagne depuis 2005 plus de 500 femmes par an dans leur désir d'entreprendre et 150 startupeuses partout en France. L'entrepreneuriat est un puissant levier d'émancipation et d'autonomisation des femmes. C'est pourquoi l'association œuvre pour accélérer la mixité dans l'entrepreneuriat et l'innovation avec deux missions : accompagner et former des porteuses de projets de l'idée aux trois premières années d'activité avec une spécificité forte de l'accompagnement sur les thématiques de développement personnel, et sensibiliser aux enjeux de mixité afin de déconstruire les biais de genre conscients et inconscients et construire dès aujourd'hui un monde plus responsable, plus humain et plus durable.

FRANCE DIGITALE est depuis 2012 la plus grande association de startups en Europe, avec plus de 2 000 startups et investisseurs français. L'association se donne pour mission de faire émerger des champions européens du numérique en fédérant et en portant la voix de celles et ceux qui innovent pour changer la face du monde. France Digitale est dirigée par Maya Noël et co-présidée par Frédéric Mazzella, fondateur de BlablaCar, et Benoist Grossmann, CEO d'Eurazeo Investment Manager.



Éditeur

Roland Berger

14-16, Rue des Capucines

75002 Paris

France

+33 1 53 67 03 20