



Commission
européenne

Échange de bonnes pratiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes

Encourager l'entrepreneuriat féminin

Royaume-Uni,
11 et 12 septembre 2014

Rapport de synthèse

ISTITUTO
PER LA
RICERCA
SOCIALE

irs

ösb
CONSULTING

Les informations contenues dans cette publication ne reflètent pas nécessairement l'opinion ou la position de la Commission européenne.

Justice



La présente publication a bénéficié du soutien financier du programme de l'UE pour l'emploi et la solidarité sociale – PROGRESS (2007-2013).

Ce programme est mis en œuvre par la Commission européenne. Il a été établi pour appuyer financièrement la poursuite des objectifs de l'Union européenne dans les domaines de l'emploi, des affaires sociales et de l'égalité des chances, et contribuer ainsi à la réalisation des objectifs de la stratégie Europe 2020 dans ces domaines.

Le programme, qui s'étale sur sept ans, s'adresse à toutes les parties prenantes susceptibles de contribuer à façonner l'évolution d'une législation et de politiques sociales et de l'emploi appropriées et efficaces dans l'ensemble de l'UE-28, des pays de l'AELE-EEE ainsi que des pays candidats et pré-candidats à l'adhésion à l'UE.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter: <http://ec.europa.eu/progress>

Résumé du séminaire

Le séminaire organisé à Londres les 11 et 12 septembre 2014 a examiné comment une aide aux entreprises intégrant la dimension du genre peut être efficacement dispensée par des initiatives en faveur des femmes et comment mobiliser le soutien des parties intéressées et des sphères politiques.

Outre l'approche adoptée dans le pays hôte, les actions menées dans un pays associé, l'Allemagne, pour aider les femmes chefs d'entreprise ont aussi été présentées. Onze autres pays ont pris part à la discussion ainsi que des représentants de la Commission européenne (DG Justice), de l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE) et de l'Union européenne de l'artisanat et des petites et moyennes entreprises (UEAPME).

1. Les bonnes pratiques du pays hôte et du pays associé

1.1. Royaume-Uni

Le programme «*Encourager l'entrepreneuriat féminin*» a été lancé en Angleterre en 2012. Il s'appuie sur une étroite collaboration entre le bureau pour l'égalité des chances du gouvernement (GEO – Government Equality Office) et le Women's Business Council (WBC) en vue de promouvoir et coordonner les mécanismes publics d'aide aux entreprises qui s'adressent aux femmes et d'inciter les milieux d'affaires à favoriser un changement culturel de l'intérieur.

Après concertation avec des partenaires des secteurs public et privé, un projet assez similaire de cadre collaboratif et de plan d'action a été mis sur pied en Écosse en mars 2014. Women's Enterprise Scotland (WES) épaula le gouvernement écossais dans sa mise en œuvre.

Le WBC est un groupe de travail réunissant des personnalités éminentes du monde de l'entreprise, constitué en 2012 par les autorités britanniques. Il conseille le gouvernement sur les moyens d'optimiser la contribution des femmes à la croissance économique, dans l'intérêt du pays tout entier.

L'entrepreneuriat féminin figure parmi les quatre domaines essentiels offrant le plus grand potentiel en termes de bénéfices économiques et divers rapports du WBC¹ ont souligné que si le taux de créations d'entreprises était le même parmi les femmes que parmi les hommes, l'économie britannique pourrait bénéficier de la contribution de non moins de 1 million de femmes entrepreneurs en plus. Pour encourager l'entrepreneuriat féminin, le WBC a publié une série de recommandations à l'intention des pouvoirs publics et des milieux d'affaires qui portent sur quatre grands domaines d'action:

- promouvoir l'esprit d'entreprise dans l'éducation;

¹ <http://womensbusinesscouncil.dcms.gov.uk/4-enterprise/>

- mettre en avant des modèles à suivre;
- faciliter l'accès des femmes au financement; et
- aider les jeunes entreprises créées par des femmes.

Ces initiatives sont actuellement déployées et suivies dans le cadre d'un plan d'action du gouvernement lancé en septembre 2013, qui durera jusqu'en juin 2015. Le plan bénéficie d'un soutien politique fort de la part de la ministre des femmes et de l'égalité et de la sous-secrétaire d'État parlementaire chargée des femmes et de l'égalité, ainsi que du secrétaire d'État chargé des entreprises, de l'innovation et des compétences, qui a nommé une «*déléguée aux femmes dans l'entreprise*» (*Women in Enterprise Champion*) dont le rôle consiste à promouvoir auprès des femmes les différents mécanismes de soutien aux entreprises. Une équipe du département des entreprises, de l'innovation et des compétences s'occupe de mettre en œuvre les initiatives du plan d'action.

Les activités organisées dans le cadre du plan d'action et d'autres programmes du gouvernement comprennent:

- Un nouveau fonds de 1 million de livres destiné à garantir l'accès des entreprises dirigées par des femmes au réseau à très haut débit. Le fonds soutiendra des activités comme les clubs d'affaires féminins dans les salles municipales, le mentorat en ligne visant à encourager plus de femmes à tirer parti des avantages du très haut débit pour montrer de nouvelles entreprises et à soutenir les forums d'entreprises créés par des femmes qui organisent des séminaires et des rencontres dans des conditions favorables aux familles et aux femmes.
- Un investissement de 1,6 million de livres sur une période de trois ans pour soutenir la création d'entreprises par des femmes en milieu rural, qui a débouché sur la sélection de cinq projets-pilotes, retenus pour leurs idées innovantes en vue d'aider les entreprises à croître et créer des emplois.
- Une aide à la création de structures d'accueil pour les enfants avec la mise à disposition d'un fonds de 2 millions de livres pour l'octroi de petites subventions (jusqu'à 500 livres) à des prestataires de services d'accueil qui souhaitent lancer leur propre établissement.
- L'initiative *Get Mentoring*, dotée d'un financement de 1,9 million de livres, qui s'est employée à recruter et à former 15 000 volontaires (dont 42 % de femmes) pour des activités de mentorat d'entreprises à l'intention des PME. En novembre 2013, près de 6 500 mentors avaient achevé leur formation.
- Le projet-pilote *Women's Start Up*, qui offre des opportunités de création d'entreprises aux jeunes femmes dans les industries créatives et les secteurs des loisirs et du tourisme.
- Mise en ligne d'une nouvelle page web sur le site internet *Great Business* à l'intention des femmes qui dirigent une entreprise ou qui ont un projet d'entreprise.
- Mobilisation de l'Association des banques britanniques en vue de garantir aux femmes entrepreneurs l'accès au financement dont elles ont besoin.

- Programmes-pilotes de création d'entreprises par des femmes, en collaboration avec trois universités.

Le WBC assiste le gouvernement dans ses activités en formulant des recommandations en matière d'aide aux entreprises, en encourageant l'esprit d'entreprise dans l'éducation, en proposant des modèles à suivre et en assurant la liaison avec le conseil pour la diversité en entreprise de l'Association des banques britannique. Les membres du WBC ont aussi:

- produit une publication présentant des études de cas qui illustrent les avantages commerciaux liés à l'adoption des recommandations du WBC dans divers secteurs d'activités;
- publié une série d'indicateurs nationaux et internationaux permettant de suivre, dans un contexte mondial, les progrès du Royaume-Uni dans des domaines comme l'emploi des femmes et l'écart salarial.

Le gouvernement prévoit de présenter, en novembre 2014, un rapport sur les progrès accomplis au regard des recommandations du WBC. Les données disponibles actuellement montrent:

- que le Royaume-Uni a vu augmenter la part des PME dirigées par des femmes de 12 % en 2000 à 14 % en 2008 et à 20 % en 2012;
- qu'en 2012, on dénombrait environ 990 000 PME dirigées par des femmes au Royaume-Uni, contribuant à la valeur ajoutée brute du pays à hauteur d'environ 82 milliards de livres;
- que le nombre de femmes qui créent ou dirigent une nouvelle entreprise atteignait 5,8 % de la population féminine en âge de travailler en 2013, contre 3,6 % en 2008. La proportion des femmes qui, sans être déjà actives dans le monde de l'entreprise, déclarent avoir l'intention de monter leur affaire dans les 3 années à venir a augmenté de 5 % en 2005 à 7 % en 2012;
- qu'en 2013, le taux d'activité entrepreneuriale en phase de démarrage total pour les femmes était plus élevé au Royaume-Uni (à 5,5 %) qu'en France (3,1 %) et en Allemagne (3,9 %).

Les principaux **atouts du programme** (selon les intervenants) sont: la forte mobilisation des autorités au niveau ministériel; les contacts de haut niveau dans les milieux d'affaires grâce aux membres du WBC; la participation de l'Association des banques britanniques (BBA); sa durabilité si le soutien et les ressources dont bénéficie le WBC se maintiennent et si la composition du conseil se diversifie; son intégration dans l'ensemble des activités en faveur du développement économique et de l'emploi qui s'adressent aux femmes; et les procédures envisagées en vue d'assurer un suivi et des rapports réguliers.

Cependant, plusieurs **défis, obstacles et contraintes** peuvent affecter le succès de la mise en œuvre de l'initiative:

- L'entrepreneuriat n'est qu'une branche d'activités parmi d'autres, qui se partagent des ressources financières limitées, ainsi que le temps des membres bénévoles du WBC.
- Les membres du WBC sont principalement des femmes et des hommes qui occupent des fonctions de direction dans de grandes sociétés, ce qui peut laisser craindre un manque de connaissances, d'expérience et/ou d'empathie au regard du principal groupe-cible, composé de femmes qui envisagent de monter leur propre affaire.
- Il manque au niveau local/régional/national des infrastructures institutionnelles axées sur l'entrepreneuriat féminin et l'égalité entre les sexes. La faiblesse des liens avec les acteurs locaux et les organisations dans la lutte contre les inégalités peut nuire à une communication efficace et restreindre la portée de l'initiative.
- Les mesures visant à favoriser la croissance des entreprises existantes dirigées par des femmes ne reçoivent pas toute l'attention qu'elles méritent.
- La faiblesse des montants provenant des fonds publics et l'absence de financement par le secteur privé peuvent limiter les résultats et les effets à long terme.
- La promotion des initiatives d'aide aux entreprises doit éviter tout cliché sexiste pour en garantir le succès auprès des femmes.

Le **cadre/plan d'action écossais** encourage aussi les activités de mentorat et de réseau au moyen des initiatives suivantes: une structure de soutien qui passe par un groupe de pairs; une initiative visant à mettre en avant des modèles à suivre qui recrute des ambassadrices des entreprises venues de divers horizons et secteurs d'activités; un soutien à l'accès au financement et aux marchés en collaboration avec la Royal Bank of Scotland (RBS) et des mesures destinées à inciter les banques à former leur personnel pour constituer des équipes internes de spécialistes de l'entrepreneuriat féminin en vue d'apporter une aide à 20 000 femmes d'ici la fin 2015; un soutien spécifique ciblant les femmes qui ne bénéficient pas déjà de l'aide à la création d'entreprise en général et des services en ligne/par téléphone pour la phase de prédémarrage.

Les principaux atouts de l'approche suivie en Écosse sont: la volonté politique affichée par des ministres de premier plan du gouvernement écossais; l'approche collaborative avec les entreprises et la consultation des secteurs public et privé et de la société civile qui a facilité la mise en œuvre; le soutien d'une grande banque (RBS) et la participation d'un nombre considérable de femmes entrepreneurs. Les données présentées lors du séminaire ont montré que les sociétés dirigées par des femmes constituent 21 % de l'ensemble des entreprises et contribuent à l'économie écossaise à hauteur de plus de 5 milliards de livres.

Les principaux défis et obstacles que doit surmonter le programme ont trait aux degrés de participation divers des organisations d'aide aux entreprises en général; à la priorité excessive donnée aux jeunes entreprises; à l'absence d'un organe de coordination; aux ressources financières limitées; et à l'absence de cadre de suivi et d'évaluation.

1.2. Allemagne

En Allemagne, la bonne pratique présentée porte sur une campagne de sensibilisation et d'information ciblant l'artisanat et destinée à promouvoir les perspectives de carrière ouvertes aux femmes dans les postes à responsabilité des entreprises d'un secteur artisanal traditionnellement dominé par les hommes.

Pour les entreprises de taille moyenne en Allemagne, l'artisanat est un secteur essentiel, qui représente environ un million de sociétés employant plus de cinq millions de personnes. Cependant, un quart seulement des entreprises artisanales ont été créées par des femmes.

La première initiative axée directement sur l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat en Allemagne était l'exposition itinérante «*Mon avenir: dirigeante d'une entreprise artisanale*». Il s'agit d'une présentation interactive multimédia lancée en 2011 par le ministère fédéral des affaires familiales, du troisième âge, des femmes et de la jeunesse (BMFSFJ). Elle donne des rudiments d'informations sur le lancement et la gestion d'une entreprise dans le secteur artisanal et brosse le portrait de six dirigeantes d'entreprises dans des domaines considérés jusqu'à présent comme réservés aux hommes. Les visiteurs découvrent leur travail au quotidien et les aspects les plus importants de leur carrière, depuis la création de leur entreprise jusqu'à la planification de leur succession. Un guide à l'intention des futures dirigeantes d'entreprise dans le secteur artisanal a été publié et distribué.

Les groupes-cibles de l'exposition itinérante sont très divers et comprennent notamment: les femmes qui exercent déjà le métier de maître artisan et celles qui envisagent de se lancer dans ces activités; les étudiantes et les universitaires; les femmes qui occupent des postes à responsabilité et celles qui entament une réorientation professionnelle; les intermédiaires qui travaillent dans les chambres de métiers; les agences pour l'emploi; les bureaux de consultance et les établissements d'éducation; les universités; les administrations régionale, fédérale et nationale et les organisations professionnelles; les médias et le grand public. Au total, les fonds investis dans l'exposition itinérante s'élevaient à 150 000 EUR pour réaliser l'exposition interactive et 175 000 EUR pour la faire tourner entre 2011 et 2013.

Pendant les deux premières années, l'exposition itinérante s'est adressée principalement aux chambres de commerce afin de les sensibiliser au potentiel que représentent les jeunes femmes hautement qualifiées dans les métiers artisanaux et à la nécessité d'orienter les activités des chambres vers ce groupe-cible. Durant la deuxième phase (entamée à la fin 2013), l'exposition itinérante a étendu ses activités à d'autres institutions et a commencé à s'adresser à un groupe plus large de femmes qui n'ont pas eu auparavant de liens avec les métiers artisanaux et qui ne peuvent être approchées par les canaux existants.

L'exposition itinérante est une initiative de l'Agence nationale des activités et services d'aide à la création d'entreprises par des femmes (*Bundesweite Ggründerinnenagentur* – BGA), mise en œuvre en coopération avec la Confédération allemande des métiers artisanaux (*Zentralverband des Deutschen Handwerks* – ZDH), l'instance qui chapeaute au niveau fédéral les organisations professionnelles de l'artisanat dans le pays, comptant au total 53 chambres de métiers et 48 organisations spécialisées. Les structures d'éducation des chambres de métiers contribuent à sensibiliser le groupe cible. Au niveau régional, des tables rondes réunissant tous les acteurs concernés ont été organisées pour promouvoir

l'exposition itinérante et soutenir des actions locales. L'initiative peut s'appuyer sur la participation systématique d'experts, de femmes exerçant des professions artisanales, d'intermédiaires et des 2 000 partenaires régionaux de l'Agence nationale des activités et services d'aide à la création d'entreprises par des femmes (par exemple, des consultants spécialisés, des réseaux de femmes entrepreneurs, des bureaux de consultance, des centres d'aide aux entreprises dirigées par des femmes et plusieurs institutions du secteur public, de la société civile et des milieux d'affaires comme les chambres de commerce et de métiers). Chaque chambre de métiers a organisé 3 à 5 rencontres dans le cadre l'exposition, qui ont toutes attiré entre 50 et 100 personnes.

La BGA est la principale institution de soutien à l'entrepreneuriat féminin en Allemagne. Elle a été fondée en 2004 par le gouvernement fédéral pour dispenser dans tout le pays des informations et des services très variés afin d'encourager la création d'entreprises par des femmes. Des bureaux régionaux ont été établis dans les 16 Länder pour développer et coordonner des activités de soutien au niveau des États fédérés, qui passent par l'organisation de réseaux régionaux et l'administration de points de contact pour les acteurs locaux et régionaux.

Les **principaux atouts** de l'exposition itinérante tiennent au fait qu'il s'agit de la première initiative largement médiatisée en Allemagne consacrée à l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat. Elle a aussi servi de catalyseur à d'autres activités à l'intention des femmes sur le thème des professions artisanales organisées aussi bien sous les auspices des chambres de métiers régionales qu'en dehors. Les femmes entrepreneurs qui exercent le métier de maître artisan ont ainsi bénéficié d'une plus grande visibilité, qui a stimulé le développement de réseaux de femmes entrepreneurs dans le secteur de l'artisanat. Outre l'effet de sensibilisation, l'initiative a contribué à dispenser des informations, des conseils, des formations et des services de réseau pour les jeunes entreprises créées par des femmes dans le secteur de l'artisanat. Selon l'expert qui présentait la pratique allemande, grâce aux actions de sensibilisation, aux informations ciblées et aux services proposés, l'exposition itinérante a apporté une contribution décisive au renforcement du potentiel de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat et à l'augmentation quantitative et qualitative des mesures de soutien destinées aux femmes.

L'exposition itinérante a été inscrite au programme de toutes les chambres de métiers régionales et a donné lieu à des actions dans près de 40 % d'entre elles, tandis que 10 % attendent encore que vienne leur tour de l'accueillir. De plus, grâce à la reconnaissance générale de la BGA comme unité de coordination de la politique en faveur de l'entrepreneuriat féminin au niveau fédéral et au travail de ses antennes régionales et locales, un partenariat très efficace a pu être créé. L'initiative paraît aussi être durable, compte tenu, principalement, de la mobilisation des bureaux régionaux de la BGA dans chacun des 16 Länder, des chambres de métiers régionales et d'autres acteurs locaux (par exemple, les agences de développement économique, les organisations et associations féminines) et de la création de réseaux de femmes entrepreneurs dans les différentes professions concernées.

Il reste cependant certains **défis et points faibles** à surmonter. Les structures traditionnelles et quelque peu conservatrices des chambres de métiers, ainsi que de la Confédération allemande des métiers artisanaux, ajoutées à la persistance d'attitudes traditionalistes de la part des hommes dans ces professions continuent à faire obstacle à la progression de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de l'artisanat. Le budget restreint alloué à l'initiative est une autre source de difficulté,

tout comme les risques en termes de gestion associés à la complexité de la structure de partenariat.

La présentation des bonnes pratiques britannique et allemande a été suivie par un exemple concret, donné par l'UEAPME, d'aide temporaire dont peuvent bénéficier les femmes qui dirigent de petites entreprises en Autriche et par un exposé du représentant de l'EIGE sur les critères adoptés par son institut pour identifier et évaluer les bonnes pratiques dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin et sur les résultats d'une récente réunion de consultation consacrée à ces bonnes pratiques².

2. La situation dans les autres pays participants

Hormis le Royaume-Uni et l'Allemagne, les onze pays suivants participaient au séminaire: Belgique, Estonie, France, ancienne République yougoslave de Macédoine, Islande, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, Portugal et Slovénie. Les caractéristiques principales de l'entrepreneuriat féminin sont similaires dans tous ces pays: les femmes ont beaucoup moins de chances que les hommes de monter leur propre affaire, même si elles ont un niveau d'éducation élevé; les entreprises dirigées par des femmes sont circonscrites dans des secteurs spécifiques des services (comme des services à la collectivité et aux personnes, le travail sanitaire et social, l'hôtellerie et la restauration); les entreprises dirigées par des femmes ont tendance à être très petites, avec un chiffre d'affaires moyen inférieur à celui des entreprises dirigées par des hommes; le recours au financement sur fonds propres et par des capitaux externes est beaucoup moins répandu parmi les femmes que parmi les hommes. Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat féminin sont: le manque de services d'accueil des enfants susceptibles d'aider les femmes à trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie de famille; le manque de confiance en soi et de compétences entrepreneuriales, résultant en grande partie de stéréotypes sexistes; le manque de modèles à suivre, de réseaux et de représentation; et les difficultés d'accès au financement externe.

La promotion directe de l'entrepreneuriat féminin est une activité relativement récente dans la plupart des États membres, bien qu'elle ait été reconnue comme une priorité politique depuis le début de la crise économique dans bon nombre des pays participants, qui y voient un moyen de lutter contre le chômage. Les approches adoptées dans chaque pays et les outils de promotion de l'entrepreneuriat féminin varient largement en fonction du contexte législatif et culturel. Des politiques ciblant spécifiquement les femmes entrepreneurs existent dans certains des pays participants (Belgique, Espagne, France, Islande, Portugal et, dans une moindre mesure, Lettonie et Lituanie). Dans les autres pays, les politiques en faveur de l'entrepreneuriat ont tendance à être neutres sur le plan du genre et l'aide apportée aux femmes entrepreneurs vient principalement des ONG et des acteurs locaux comme les chambres de commerce. Ces mesures sont souvent financées grâce aux fonds structurels européens.

² Le matériel présenté est disponible sur le site internet de l'EIGE:

<http://eige.europa.eu/content/event/from-practices-with-potential-to-good-practices-on-female-entrepreneurship>

En **Belgique**, le soutien à l'entrepreneuriat est très fragmenté, en l'absence de coordination politique effective entre les différents niveaux de gouvernement (fédéral et régional) et les principaux acteurs. La politique d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin est, pour l'essentiel, mise en œuvre au niveau régional. Les réseaux de femmes existants jouent un rôle important dans la fourniture de services ciblés et le plus ancien d'entre eux est l'Association des femmes chefs d'entreprises (FCE-VVB), fondée en 1949. Plus récemment, plusieurs nouveaux réseaux ont été créés par des organisations privées d'aides aux entreprises avec l'appui du FSE. Ces réseaux organisent des activités sociales et commerciales à l'intention de leurs membres (mentorat, déjeuners d'affaires, conférences, etc.) et soutiennent des actions visant à accroître la visibilité des femmes entrepreneurs, avec par exemple les prix «*Trend Woman Award*» décernés chaque année à une femme chef d'entreprise et à une femme manager, afin de donner plus de visibilité à des modèles féminins dans différents types d'entreprises. La région de Bruxelles-Capitale a vu naître une autre pratique intéressante, avec une plateforme internet (<http://www.womeninbusiness.be>) liée aux principaux réseaux sociaux, qui permet aux femmes entrepreneurs de trouver des informations sur des structures d'aide, des formations, etc. Les réseaux actuels ont aussi été constitués sur la base d'une étude détaillée analysant les besoins des femmes dans les milieux d'affaires. Une autre initiative importante (lancée en 2006) est la coopérative Crédal, qui soutient essentiellement l'activité indépendante en Wallonie et dans la communauté francophone de Bruxelles. Cette structure reconnue par les pouvoirs publics (par exemple le département de l'emploi en Wallonie) aide chaque année entre 70 et 90 femmes à prendre la décision de se lancer (ou non) comme entrepreneurs. Cette expérience d'un service «sur mesure» pour les femmes a débouché, en 2012, sur la création d'un nouveau programme de guidance général, appelé «*Crédal Entreprendre*» qui s'adresse aussi bien aux hommes qu'aux femmes.

En **France**, des programmes de soutien et une aide spécifique à l'intention des femmes existent depuis une vingtaine d'années, tant au niveau national qu'à l'échelon régional. Il s'agit de programmes spécifiques destinés à faciliter la création d'entreprises par les femmes ou à aider les femmes entrepreneurs dans la gestion ultérieure de leur affaire, avec l'appui du FSE. De plus, il existe un outil financier qui s'adresse spécialement aux femmes (bien qu'il ne soit pas très connu des bénéficiaires potentielles) appelé Fonds de garantie à l'initiative des femmes (FGIF), dont l'objectif principal est de faciliter l'accès au crédit bancaire. La garantie est plafonnée à 70 % du montant du prêt accordé par la banque, avec une limite supérieure de 27 000 EUR. La mesure adoptée le plus récemment est le plan «*Entreprendre au féminin*» lancé le 30 novembre 2012 sur proposition de la ministre des droits des femmes. Ce plan vise à faire progresser de 10 % le taux de formation des femmes entrepreneurs en France d'ici 2017 et à élargir autant que possible l'accès à l'aide nécessaire à la création d'une entreprise. Conjointement avec la Fédération bancaire française, les principaux réseaux de banques du pays sont invités à soutenir l'entrepreneuriat féminin.

En **Islande**, depuis les années 1990, divers projets ont été mis en œuvre, lancés souvent dans des périodes où le chômage des femmes était en augmentation. Ces actions portent sur: i) une formation à la gestion d'entreprise à l'intention des femmes (depuis 1996) qui prend pour modèles cinq femmes d'affaires islandaises dont la réussite est largement reconnue; ii) un fonds public spécial qui octroie des subventions aux projets innovants de femmes entrepreneurs, mis en place depuis 1991 (Kvennasjóður); iii) un fonds de garantie de crédit pour les femmes (Lánatryggingasjóður kvenna/Svanni), constitué en 1997, qui garantit le financement des phases de démarrage ou d'expansion d'entreprises créées ou dirigées par des

femmes. Pour être éligibles, les projets doivent être innovants et offrir des opportunités d'emploi pour des femmes. La valeur de la garantie se situe en principe entre 6 500 EUR et 64 500 EUR. En outre, l'Institut de développement régional soutient l'entrepreneuriat dans les zones rurales, dans l'espoir notamment de freiner le dépeuplement. Ces services de soutien aux femmes entrepreneurs, parallèlement à d'autres mesures d'aide à l'emploi, sont aujourd'hui dispensés par les huit agences régionales de développement industriel du pays. L'établissement d'un réseau de femmes entrepreneurs et le mentorat sont encouragés par une page Facebook dédiée (KORKA) et par une association sans but lucratif (créée en 1999) qui réunit des dirigeantes d'entreprises (FKA) pour aider les femmes à monter et gérer leur propre affaire et à constituer un réseau de femmes d'affaires islandaises. Par ailleurs, en 2010, le Parlement a imposé un quota dans les conseils d'administration des entreprises de plus de 50 salariés qui, depuis l'entrée en vigueur en octobre 2013, sont tenues de garantir la représentation des deux sexes à hauteur de 40 % au moins parmi les membres de leurs conseils d'administration. Cette loi s'applique aussi bien aux sociétés privées qu'aux entreprises publiques.

En **Estonie**, la contribution des entreprises dirigées par des femmes à l'économie n'est pas suffisamment étudiée et ne fait pas l'objet de mesures systématiques. Il n'existe pas actuellement de politique publique ciblant spécifiquement l'entrepreneuriat féminin. Même la récente stratégie 2014-2020 pour la croissance de l'entrepreneuriat estonien et le plan d'action 2014 qui l'accompagne ne prévoient aucune mesure en faveur de l'égalité entre les sexes. En conséquence, la promotion et le soutien de l'entrepreneuriat féminin sont assurés principalement par des ONG qui proposent des services de microcrédit, de formation et de mentorat. La plus ancienne des organisations à but non lucratif qui encouragent l'entrepreneuriat féminin est le Centre de formation des femmes («*Naiskoolituse keskus*») établi au début des années 1990. L'association sans but lucratif BPW Estonia a lancé en 1993 le prix *Femmes de l'année*, complété depuis 2011 par le prix de la *Jeune femme entrepreneur*. L'Estonie fait aussi partie du réseau QUIN (*Qvinnliga Uppfinnare I Norden – Femmes innovantes du Nord*). L'ONG QUIN-Estonia a soutenu les projets européens de coopération de l'université technique de Tallinn destinés à promouvoir des partenariats innovants entre les universités et les entreprises. En 2006, l'organisation à but non lucratif ETNA Estonia (*MTÜ ETNA Eestimaa*) a été fondée pour favoriser le développement des petites entreprises et de l'entrepreneuriat féminin dans toutes les régions d'Estonie. Elle soutient essentiellement l'entrepreneuriat rural au moyen d'un projet de microcrédit lancé en 2012, en partenariat avec l'Association de crédit et d'épargne pour la promotion de la vie rurale.

L'entrepreneuriat féminin dans l'**ancienne République yougoslave de Macédoine** est insuffisamment développé: à l'instar d'autres anciens pays socialistes, où l'entrepreneuriat en général accuse un certain retard, les données statistiques manquent et les actions politiques concrètes sont peu nombreuses. Récemment, le gouvernement a adopté certaines mesures, mais elles ne sont guère appliquées et, comme dans d'autres pays de l'Union, ce sont les ONG qui se montrent les plus actives dans ce domaine. En 2011, le gouvernement a lancé un programme de soutien à l'entrepreneuriat, à la compétitivité et à l'innovation des petites et moyennes entreprises, qui comportait diverses mesures d'encouragement, dont aucune ne prenait cependant en compte la dimension du genre. Mais en 2013, ce programme s'est doté d'une mesure spécifique de soutien financier à l'entrepreneuriat féminin qui permettait aux PME dirigées par des femmes de bénéficier d'un financement jusqu'à concurrence de 60 % des dépenses encourues pour l'acquisition d'équipement, d'appareils et de stock; l'aménagement/l'amélioration des locaux; et les services

d'accueil des enfants. Mais l'enveloppe financière totale suffit à peine à soutenir entre quatre et huit PME dirigées par des femmes. Le plan d'action national 2013-2016 pour l'égalité entre les sexes comporte un objectif stratégique lié à l'entrepreneuriat, avec des mesures qui seront activées durant la période de 2014 à 2016. En ce qui concerne les ONG, la plus active en matière d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin est l'Association des femmes d'affaires de Macédoine qui a rédigé un mémorandum en faveur d'une «*Plateforme de l'entrepreneuriat féminin en Macédoine*» avec diverses parties prenantes, dont des ONG, des instituts de recherche, des associations professionnelles et des chambres de commerce. Une autre activité intéressante consiste dans le projet «*Nouveau mentor*», qui fait partie du Réseau européen de tuteurs pour femmes entrepreneurs. Le réseau propose un soutien direct aux femmes entrepreneurs et aux entreprises dirigées par des femmes.

En **Lituanie**, les initiatives de promotion de l'entrepreneuriat féminin sont fragmentées entre le secteur privé et diverses agences gouvernementales. Elles ont plutôt vocation à aider des groupes défavorisés, qu'à promouvoir l'innovation et l'entrepreneuriat en général. Les ONG constituent un autre acteur important du soutien à l'entrepreneuriat féminin. Le Centre d'information sur les questions féminines organise une formation de promotion de l'entrepreneuriat à l'intention des femmes dans les régions périphériques ou dans des situations défavorisées. Ce n'est que récemment que les organismes de promotion de l'entrepreneuriat en général ont adopté des mesures intégrant la dimension du genre, dont se préoccupaient auparavant uniquement les ONG et le ministère des affaires sociales et du travail. Les femmes sont perçues de plus en plus comme un potentiel inexploité pour l'économie lituanienne, et non plus comme un groupe défavorisé. À la fin 2013, le ministère de l'économie a commencé à collecter et publier des exemples de réussite de femmes entrepreneurs et, en 2014, son agence de promotion de l'entrepreneuriat, Enterprise Lithuania, a créé des formations ciblant spécifiquement les femmes. Le projet «*Create for Lithuania*», qui s'emploie avec succès à attirer vers le secteur public des jeunes Litvaniens formés à l'étranger, a aussi entrepris de privilégier une approche intégrant la dimension du genre et encourage l'échange d'expériences, l'accompagnement personnalisé et l'acquisition d'une plus grande confiance en soi parmi les femmes tentées par l'entrepreneuriat. Dans le secteur privé, un réseau lituanien des femmes d'affaires a été créé en 2008 par l'Association des chambres lituanienes de commerce, d'industrie et de métiers. En 2011, le Fonds d'investissement européen et la banque Šiauliai ont signé un accord en vue de débloquer 5 millions d'EUR pour les microentreprises en Lituanie, en prêtant une attention particulière aux entreprises dirigées par des femmes.

En **Lettonie**, l'entrepreneuriat féminin est l'un des thèmes du document conceptuel sur l'application de l'égalité entre les sexes adopté par le cabinet des ministres en 2001, qui définit un cadre politique principal, dont la mise en œuvre est détaillée dans des plans d'action déployés sur des périodes de trois ans. Le plan 2012-2014 fait de l'entrepreneuriat féminin l'une de ses quatre priorités. Cependant, la législation régissant l'activité indépendante et l'entrepreneuriat (loi sur le commerce) n'aborde pas les questions d'égalité entre les sexes et le potentiel que représentent les femmes désireuses de se lancer comme entrepreneurs n'est pas reconnu comme il le mérite. Par exemple, la ligne de microcrédit destiné spécialement aux femmes entrepreneurs dans les régions rurales (mise à disposition pendant quelque temps par la banque hypothécaire nationale) a été élargie à toutes les microentreprises et jeunes entreprises. Les principaux organes de soutien à l'entrepreneuriat féminin en Lettonie sont notamment deux ministères nationaux (ministère des affaires sociales

et ministère de l'économie), deux agences exécutives du gouvernement (Agence d'investissement et de développement de Lettonie et Fondation pour l'intégration sociale) et des ONG qui travaillent directement avec des femmes dans les milieux d'affaires. Les principales ONG sont l'association Leader (*Biedrība 'Līdere'*), fondée par des femmes entrepreneurs en 2003, qui propose des actions de mentorat, de soutien aux femmes entrepreneurs, d'information et de conseil; l'Association des femmes d'affaires lettones, qui regroupe 39 organisations et clubs féminins dans tout le pays et qui a une grande expérience en matière d'organisation d'activités de formation et de développement personnel et d'un programme de mentorat pour les femmes des régions rurales et les femmes issues de l'immigration. En 2012, cette association a mis en place un projet de services de soutien destiné à encourager la participation des femmes aux activités d'entrepreneuriat, grâce à un financement du Fonds social européen.

À **Malte**, il n'existe pas actuellement de programme public spécifique pour soutenir l'entrepreneuriat féminin et seules les ONG et les associations féminines sont actives dans ce domaine. Le projet AMIE (Ambassadors in Malta for Increasing Women entrepreneurs), mené par la Fondation des femmes entrepreneurs (en collaboration avec le Bureau d'entreprise de Malte, la fondation Reach Beyond, le conseil national des femmes et l'Association maltaise des femmes d'affaires), est financé par l'Union afin de proposer des informations et une formation ciblées destinées à encourager les jeunes femmes à croire en leur propre capacité à monter leur entreprise. Un réseau d'ambadrices a été créé (dans le cadre du réseau européen d'ambadrices de l'esprit d'entreprise) en vue de cibler des groupes spécifiques comme les chômeuses, les étudiantes et aussi les femmes déjà actives dans certaines professions et de les encourager à se lancer comme entrepreneurs. Les dix ambadrices ont visité des écoles, des associations de femmes, des chambres de commerce et des organisations professionnelles, des conseils locaux et la prison des femmes pour présenter leur propre parcours.

L'entrepreneuriat féminin gagne en reconnaissance auprès des décideurs en **Pologne**, mais les nombreuses actions et initiatives législatives adoptées ne portent pour la plupart pas spécifiquement sur cet aspect. L'entrepreneuriat féminin fait partie des compétences de la seule entité dont le statut juridique couvre la condition féminine (le Bureau du plénipotentiaire du gouvernement pour l'égalité de traitement à la chancellerie du premier ministre), mais uniquement de façon indirecte, dans le cadre de son mandat concernant l'égalité des femmes et des hommes sur le marché du travail. Le «*Programme national 2013-2016 pour l'égalité de traitement*», approuvé par le gouvernement en décembre 2013, ne prévoit pas d'action spécifique pour soutenir directement l'entrepreneuriat féminin, mais il comporte des mesures de soutien indirectes relatives au congé parental, au développement de structures d'accueil pour les enfants et les personnes dépendantes, à la promotion de la participation égale des femmes et des hommes aux postes de décision, au soutien visant à aider les femmes à choisir leur carrière et les jeunes femmes à acquérir des compétences managériales. Toutes les questions liées à ces actions ont donné lieu à un débat public très animé ces dernières années. D'autres mesures importantes susceptibles de soutenir indirectement les femmes dans les milieux d'affaires sont: l'introduction de la loi de 2011 imposant un quota d'au moins 35 % pour chaque sexe sur listes électorales des partis politiques; et l'ordonnance du ministre du Trésor public de 2013 recommandant d'atteindre un niveau de participation de 30 % pour le sexe sous-représenté aux conseils d'administration des entreprises cotées en bourse d'ici 2015.

Au **Portugal**, la promotion de l'entrepreneuriat féminin (et de l'esprit d'entreprise en général) est perçue non seulement comme un moteur de croissance et d'indépendance économique des femmes, mais aussi comme un moyen de réduire les taux de chômage élevés. Les mesures adoptées s'adressent principalement aux femmes dans des situations vulnérables et bénéficient d'un soutien financier du FSE. La Commission pour la citoyenneté et l'égalité entre les sexes (CIG) est l'instance nationale officielle chargée de la coordination du plan d'action pour l'égalité entre les sexes, ainsi que de la mise en œuvre des politiques publiques de promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes. Depuis 2008, des mesures concrètes, cofinancées par le FSE, ont été mises en place pour soutenir l'entrepreneuriat féminin. Diverses activités ont été financées, notamment: des formations en matière d'égalité entre les sexes, de gestion, d'encadrement, de relations interpersonnelles et de technologies de l'information et des communications (TIC); des services de consultance et de soutien pour les projets d'entreprise menés par des femmes; des primes au démarrage pour les projets les plus prometteurs; un soutien à la mise en place et à la consolidation de réseaux de femmes entrepreneurs et d'associations professionnelles; des campagnes d'information sur les possibilités de formation, les opportunités commerciales et l'accès au financement. En octobre 2013, 503 entreprises dirigées par des femmes avaient été créées et environ 1 900 avaient participé à des activités de formation. Les principaux groupes cibles sont les femmes dans les situations les plus vulnérables sur le marché du travail, notamment les chômeuses. La facilitation de l'accès au microcrédit pour les femmes entrepreneurs figure aussi parmi les pratiques encouragées par la CIG sur la base d'un protocole signé en 2010 avec CASES, une ONG qui réunit divers membres associés. Le protocole est entré en vigueur en 2011 et a été renforcé, en tant qu'instrument central, par le Programme national d'urgence sociale en 2012. Depuis 2011, les entrepreneurs ayant bénéficié d'une aide comptaient 55 % de femmes, dont 44 % étaient des chômeuses de longue durée. Au total, environ 140 entreprises dirigées par des femmes ont été créées. Un protocole a aussi été signé avec Santa Casa da Misericórdia en 2013 dans le contexte de la plateforme d'innovation en entrepreneuriat social BIS (banque d'innovation sociale) afin de promouvoir l'activité indépendante auprès des chômeurs dans deux groupes d'âge distincts, entre 18 et 30 ans (jeunes) et entre 50 et 65 (seniors). Le haut-commissaire à l'immigration et au dialogue interculturel a aussi mis en place le projet d'entrepreneuriat immigrant (PEI) en vue de promouvoir l'esprit d'entreprise dans la communauté issue de l'immigration. À ce jour, 200 projets menés par des femmes immigrantes ont été financés.

En **Slovénie**, il n'existe pas actuellement de politique publique spécifique en faveur de l'entrepreneuriat féminin et les principales actions sont menées par les chambres de commerce et les ONG. La chambre de commerce et d'industrie apporte un soutien actif par l'intermédiaire de son groupement d'intérêt économique «*Entrepreneuriat féminin*», qui organise des programmes de mentorat, de développement de réseau de conseils en ligne. La chambre des métiers et des petites entreprises, qui chapeaute les différentes chambres régionales des métiers et des petites entreprises, propose différentes activités aux femmes entrepreneurs, notamment des ateliers, des programmes d'éducation, des formations, etc. Ces organismes ont également pris part à d'autres projets qui avaient notamment pour thème le rôle des femmes dans le monde de l'entreprise.

Au niveau de l'Union, certaines initiatives nouvelles ont été présentées par la Commission, notamment: la plateforme en ligne consacrée aux femmes entrepreneurs qui vise à faciliter l'établissement de réseaux et l'échange de bonnes pratiques entre les décideurs, et à donner aux femmes qui envisagent de se lancer

comme entrepreneurs des informations pratiques sur la création d'entreprise et l'accès au financement; le portail de l'entrepreneuriat féminin sur EUROPA (page de la DG ENTR), où les femmes entrepreneurs peuvent trouver des informations sur divers événements et des coordonnées de contact.

3. Synthèse des discussions lors du séminaire

Tous les participants ont convenu que les expériences présentées lors du séminaire offraient des exemples très intéressants de politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin.

Les discussions ont porté sur les situations différentes des hommes et des femmes dans le monde de l'entreprise, sur les principaux obstacles auxquels sont confrontées les femmes qui cherchent à monter ou à développer leur propre affaire et sur la nécessité de mettre en place des politiques intégrées pour lever tous ces obstacles.

L'ensemble des participants s'accordaient à considérer que les différences constatées selon les sexes dans les milieux d'affaires sont largement dues aux obstacles que rencontrent les femmes entrepreneurs, notamment: les responsabilités supportées par les femmes en ce qui concerne la garde des enfants et le manque de structure d'accueil; le manque de confiance en soi imputable aux stéréotypes sexistes et à la ségrégation dans le domaine de l'éducation qui se traduit par un manque de compétences techniques et managériales; la difficulté d'accès au crédit; le manque de modèles à suivre, de réseaux et de représentation; et la complexité des procédures de marché public. La difficulté liée à l'emploi d'un vocabulaire neutre du point de vue du genre est aussi apparue comme une question importante dans les débats.

Les initiatives présentées par le Royaume-Uni et l'Allemagne ont suscité des réactions positives, car elles s'attaquent à des obstacles potentiels, notamment: en intégrant l'entrepreneuriat dans les politiques d'éducation et en orientant les filles vers les matières techniques et financières (comme dans le cas britannique); en soutenant la création d'entreprises par des femmes dans des secteurs dominés par les hommes (comme l'artisanat dans le cas de l'exposition itinérante allemande) ou dans des régions rurales (comme dans le plan d'action britannique) tout en mettant en avant des modèles à suivre et en proposant un soutien technique et financier; en menant des actions de sensibilisation qui s'adressent non seulement aux femmes, mais aussi au secteur bancaire, aux milieux d'affaires, aux chambres de commerce et aux décideurs, sans négliger l'échelon local et la participation des acteurs locaux (aussi bien au Royaume-Uni qu'en Allemagne).

Hormis ces aspects, l'initiative britannique a été particulièrement appréciée par les pays participants pour son approche stratégique et intégrée et pour la participation directe du Women's Business Council dans la définition et la mise en œuvre de la stratégie. Le degré élevé de coordination entre l'administration centrale et le niveau régional a aussi été considéré comme très intéressant et important, même s'il paraît difficile à atteindre dans d'autres pays.

L'exposition itinérante allemande a été jugée plus facile à transférer vers d'autres pays que l'approche britannique. L'attention portée à un secteur traditionnellement dominé par les hommes qui représente une part importante de l'économie a été très appréciée, de même que le coût relativement peu élevé et la capacité à mobiliser des acteurs locaux et en particulier les chambres de métiers par le biais des tables rondes régionales, même si le travail de coordination a été considéré comme un aspect particulièrement difficile dans certains pays.

D'autres questions importantes ont été abordées durant les discussions:

- La nécessité de reconsidérer les politiques d'aide aux femmes (et aux hommes) dans les professions indépendantes en **période de crise**, face à l'augmentation du risque de faillites. Comme l'ont souligné les experts islandais et portugais, durant une crise, l'activité indépendante est souvent motivée par la nécessité et par le manque d'emplois et non par un choix, tandis que la durabilité des entreprises est plus grande quand les femmes choisissent de monter leur propre affaire. Cette question a aussi suscité une discussion sur la sensibilisation indispensable des acteurs économiques (comme le ministère de l'économie et les milieux d'affaires) à **l'importance de l'entrepreneuriat féminin pour la croissance économique, non seulement pour des raisons d'égalité entre les sexes, mais aussi pour réduire le chômage des femmes**. Les services d'accueil des enfants et le microfinancement, ainsi que le soutien public à l'entrepreneuriat féminin ne devraient pas être considérés comme une charge, mais comme un investissement pour la société dans son ensemble et pour l'économie. Le soutien des ONG pourrait être utile à cet égard et une meilleure coordination des parties concernées renforcerait leur efficacité.
- La **nécessité de concevoir des politiques de soutien à la consolidation**, autant qu'au lancement, **des entreprises créées par des femmes** (par exemple dans le cas du microcrédit) et de formuler les politiques en fonction des différents groupes cibles visés.
- **La révision souhaitable de la définition de la «réussite commerciale» et l'importance de créer des modèles différents en matière d'entrepreneuriat**. En particulier, il convient de reconsidérer la valeur accordée à la croissance et au profit à court terme par rapport à la durabilité économique, à la croissance continue et à la création d'emplois à long terme. Les entreprises à forte croissance (généralement dirigées par des hommes) peuvent aussi périr très rapidement et créer moins d'emplois de qualité que les entreprises (souvent dirigées par des femmes) qui affichent une croissance moyenne mais constante et qui sont plus susceptibles de réinvestir leurs bénéfices. Cependant, on manque de statistiques et de recherches sur le nombre et le type de lieux de travail créés par des sociétés en expansion rapide, par rapport à celles qui ont une croissance régulière. Un exemple consiste dans la comparaison réalisée en Islande entre le secteur bancaire à forte croissance (à dominante principalement masculine) et le secteur du tourisme (principalement féminin). À long terme, il est probable que le secteur du tourisme créera plus d'emplois que le secteur bancaire.

- La nécessité de disposer de **données quantitatives et qualitatives plus détaillées et plus exactes**, permettant de distinguer l'activité indépendante réelle et l'entrepreneuriat, tout en produisant des informations sur les systèmes de protection sociale pour les travailleurs indépendants (prestations de chômage, pensions, soins de santé, etc.), sur les règles applicables en cas de faillite et de redémarrage d'une affaire, sur l'accès au crédit, etc. Un renforcement des investissements dans la recherche, l'évaluation des politiques et la collecte des données contribuerait à mieux comprendre ce dont les femmes ont besoin pour monter une entreprise et la faire prospérer et quelles sont les mesures les plus efficaces pour soutenir l'entrepreneuriat féminin. À cet égard, le groupe de haut niveau sur l'égalité des femmes et des hommes pourrait être invité à envisager de faire réaliser par Eurostat une étude périodique sur l'activité indépendante et l'entrepreneuriat. En outre, le programme Horizon 2020 pourrait inclure une priorité thématique sur l'entrepreneuriat féminin et sa contribution à la croissance économique.
- **L'importance des politiques d'éducation** a été soulignée avec force, car leur rôle est crucial pour combattre les stéréotypes sexistes et la ségrégation à l'école. L'intégration des questions financières et de l'entrepreneuriat à un stade précoce de l'enseignement a aussi été jugée très importante. Certains exemples ont été donnés à propos de mesures adoptées pour réduire la ségrégation selon le sexe dans l'éducation.
- **La question de la durabilité des politiques** a aussi été soulevée en relation avec l'insuffisance et la discontinuité des ressources. Pour assurer un financement constant des politiques d'égalité entre les sexes en matière d'entrepreneuriat, il convient d'associer les milieux d'affaires, le secteur financier et le monde politique à leur formulation. Il serait intéressant aussi d'explorer des formes de financement alternatives, comme le microcrédit et le financement participatif. À cet égard, les participants ont souligné le rôle des institutions et des fonds structurels de l'Union.

4. Conclusions

- Le séminaire a été salué comme une occasion très utile de réfléchir à la contribution de l'entrepreneuriat féminin à la croissance socioéconomique, aux obstacles auxquels se heurtent les femmes et aux mesures envisageables pour aider les femmes à créer et développer leur propre affaire.
- La plupart des pays participants ne disposent pas actuellement de mesures politiques ciblant spécifiquement l'entrepreneuriat féminin et le rôle des ONG n'en est que plus important pour combler cette lacune.
- Parmi les mesures envisageables, le séminaire a fait ressortir l'intérêt des options suivantes:

- L'importance des structures d'accueil pour les enfants permettant aussi bien aux femmes qu'aux hommes entrepreneurs de concilier leur vie de famille et leur activité professionnelle.
- L'adoption de politiques d'éducation qui encouragent les femmes à devenir entrepreneurs. Il est manifestement nécessaire de donner des informations plus complètes et plus pertinentes sur l'entrepreneuriat pour en souligner l'attrait comme perspective de carrière, aussi bien pour les étudiantes que pour les femmes qui ne sont pas dans la vie active et qui souhaitent trouver ou retrouver du travail. Cela contribuera à faire évoluer les mentalités et à combattre les stéréotypes culturels et sexistes.
- Les modèles à suivre et la formation des femmes entrepreneurs afin de les aider à gagner de l'assurance et à acquérir les compétences financières dont elles ont besoin pour négocier le financement de leurs entreprises.
- Des programmes de soutien intégrés qui couvrent aussi bien le lancement que la consolidation des entreprises.
- L'investissement dans la collecte de données, la recherche, le suivi et l'évaluation des politiques.
- Les partenariats entre les milieux d'affaires, les chambres de commerce et le secteur bancaire tant au niveau national qu'à l'échelon local et la sensibilisation des acteurs concernés à la contribution de l'entrepreneuriat féminin à la croissance économique et sociale dans son ensemble.