



Jouer collectif au service de l'intérêt général

En ce mois de mars, les campagnes de communication célèbrent les réalisations des femmes à travers le monde s'étant battues contre les stéréotypes de genre et pour l'obtention de nouveaux droits.

C'est aussi l'occasion de réaffirmer les engagements du Gouvernement à lutter contre les inégalités persistantes dans le monde professionnel, l'un des 4 axes de la Grande Cause Quinquennale.

**54% des Français pensent que la situation des femmes en entreprise est de moins en moins satisfaisante ces 10 dernières années ou n'a pas changé** (65% des femmes partagent cette opinion). Par ailleurs, 52% des Français déclarent que **les femmes en entreprise sont moins écoutées qu'avant** (taux qui atteint 63% chez les femmes) - (enquête Opinion Way, 2023).

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les constats sont similaires.

**26% des femmes déclarent qu'elles auraient un jour envie d'entreprendre** soit en créant leur entreprise, soit en se mettant à leur compte ou encore en reprenant une entreprise (enquête Opinion Way, 2024).

Mais malgré cet engouement, les femmes voient dans l'entrepreneuriat **un certain nombre de désavantages tel que le fait d'être son propre patron, perçu par 75% d'entre elles comme un inconvénient et par 70% comme une crainte** (enquête Opinion Way, 2024).

Plus de 6 Français sur 10 considèrent qu'**elles sont moins valorisées par les médias que les hommes entrepreneurs (68%) et qu'elles sont moins montrées en exemple que les hommes (60%)**. Cela est paradoxal car les femmes sont également perçues comme **prenant davantage en compte les questions sociétales dans leurs entreprises que leurs homologues**

masculins (67%) - (Enquête Odoxa, 2024).

Pour toutes ces raisons, **nombreuses sont les femmes qui déclarent avoir besoin de leviers pour prendre la décision d'entreprendre**. 70% des femmes attendent de l'aide sur un plan administratif et financier et pas moins de 53% d'entre elles souhaiteraient bénéficier de **l'accompagnement à travers les liens sociaux, en particulier via l'accompagnement de mentors (53%)**.

Vous l'avez compris, il est nécessaire que **toute la société travaille ensemble et se mobilise pour accompagner et aider les femmes qui entreprennent ou qui y aspirent**. Gouvernement, associations, entreprises, fédérations, mobilisons-nous ensemble pour les soutenir.

**Bienvenue dans ce 4e numéro de GouvX**, la newsletter qui décrypte les meilleures campagnes au service de l'intérêt général, que nous consacrons à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

## GouvX Willa



# De la décision d'entreprendre à la vision

## L'étude ?

WILLA, Roland Berger et France Digitale ont révélé récemment leur étude "**Le gender-gap dans l'entrepreneuriat**" qui dresse le portrait des entrepreneuses françaises, dans ce secteur. Si vous ne l'avez pas encore lue : foncez !

## Comment ?

Grâce à des données mises en comparaison avec un panel d'hommes entrepreneurs, cette enquête éclaire les différences observées dans le parcours et la trajectoire entrepreneuriale entre les femmes et les hommes. À la clé : des recommandations pour améliorer leurs chances de réussir mais aussi pour rendre les parcours plus paritaires et inclusifs.

L'enseignement principal : **la féminisation de l'entrepreneuriat est une course de fond, qui nécessite une implication et une adaptation de toutes les parties prenantes à la spécificité des parcours des femmes entrepreneuses.**

## Ce qu'on en retient :

- Pour les entrepreneuses : une des clés réside dans l'entourage : **de l'accompagnement adéquat à la construction d'un réseau solide**, en passant par la recherche de compétences utiles.
- Pour les structures d'accompagnement : il est nécessaire de **former ses équipes aux biais de genre** afin de soutenir au mieux les femmes dans l'aventure de l'entrepreneuriat vers des entreprises diverses, responsables et durables.
- Pour les structures de financement : il est impératif de se structurer en conséquence et de **créer de fonds spécifiques à la bonne représentation des femmes dans les comités d'investissement.**

*« Pour nous, la clé a été de bien s'entourer, en particulier grâce à WILLA [...] Lors de prises de décisions importantes, creusez dans votre réseau pour des retours d'expérience, vous apprendrez toujours ! » - Laure Betsch, cofondatrice de Fairly Made*

## GouvX 51 femmes entrepreneuses



SIG

## Des lettres pour oser se lancer dans l'entrepreneuriat

### Pourquoi ce partenariat ?

Seulement 30% des entrepreneurs sont des femmes : face à ce constat, le Gouvernement a voulu **inciter les femmes en orientation ou reconversion professionnelle à devenir entrepreneuse**, dans le prolongement de l'évènement des 101 femmes de Matignon.

Le résultat ? Une séquence inspirationnelle (sur le modèle de la campagne des « 1000 possibles ») où celles qui ont déjà passé le pas parlent aux futures générations d'entrepreneuses.

### Comment ?

En demandant aux premières concernées, à savoir les entrepreneuses d'aujourd'hui, de **raconter à la première personne leur parcours, leurs réussites et obstacles mais aussi les avantages liés à ce choix de vie**. Ces lettres sont désormais accessibles ici. 50 lettres qui relatent des histoires uniques et qui ont ensuite été relayée sur les canaux de communication de chaque participante à la campagne. Soit **une caisse de**

**résonnance massive** pour toucher un plus grand nombre de lectrices et des reprises presse notamment par [Maddyness](#) et [CB News](#).

## Et ce n'est pas fini :

Autant de temps forts que d'occasions de prendre part à l'une de nos campagnes !

- **De maintenant à juin**, une campagne pour inciter l'ensemble des Français à procéder à leur inscription sur liste électorale et à aller voter du 6 au 9 juin 2024 pour les européennes en fonction de leur lieu de résidence ;
- **En avril prochain**, une campagne grand public autour de France 2030 et des innovations en santé ;
- **En fin mai**, un temps fort autour de la journée internationale d'action pour la santé des femmes durant lequel nous parlerons de santé mentale endométriose ou encore de maladies cardio-vasculaires ;
- **Et jusqu'en juillet**, bien entendu des campagnes sur l'incitation au sport en prévision des JO de Paris 2024.

## Et si vous étiez dans le prochain numéro ?

Depuis le Covid, le Service d'Information du Gouvernement (SIG) a massivement développé sa logique de partenariat pour toucher des citoyens qui n'auraient pas forcément été exposés aux spots du Gouvernement.



**Comment ?** La logique est toujours la même : travailler en co-construction avec le partenaire pour trouver ensemble le bon message, le bon ton, le bon format et le bon canal en fonction de son audience.

A la fin, tout le monde est gagnant ! Pour le partenaire, c'est l'occasion de renforcer son positionnement d'acteur engagé. Et surtout, cela fait avancer des causes : et ça, on aime !

[Je veux devenir partenaire de l'État !](#)

## Nos partenaires en parlent mieux que nous...

Le 21 avril dernier, Happn s'associait au Gouvernement pour célébrer le

79e anniversaire du droit de vote et d'éligibilité des femmes. Le site créé pour l'occasion en collaboration avec l'ONG A voté est toujours accessible ici.

Ecoutez Claire Rénier, responsable des relations presse et partenariats chez Happn, nous parler du déroulement de notre collaboration.



## Ces autres campagnes qu'on a trouvées inspirantes...

- 🏪 **#ThisAdIsMyStore** : une campagne intelligente par la marque qui met à disposition de l'affichage publicitaire pour mettre en valeur les petits commerces locaux détenus par des femmes.
- 🌳 **Un parc interdit aux femmes** : Amnesty International et Mely s'associent pour proposer une expérience inédite et surprenante : interdire l'accès à un parc uniquement aux femmes. L'objectif ? Permettre une prise de conscience quant au quotidien des Afghanes depuis le retour des talibans. Les réactions [ici](#).
- 🏈 **#LikeAGirl** : « Cours comme une fille », « Bats-toi comme une fille ». Dans le cadre du Superbowl en 2014, Always diffuse cette campagne vidéo visant à lutter contre les biais de perception chez les jeunes filles elles-mêmes.
- ⚽ **Quand une agence de com néo-zelandaise corrige Internet** : en demandant à Google qui a marqué le plus de buts dans l'histoire du foot, Cristiano Ronaldo arrive en haut de la page. L'agence de com DDB New Zealand a souhaité corriger le tir en achetant un espace média au-dessus qui redirige vers le Guinness Records avec l'information corrigée : Christine Sinclair étant celle qui détient le record.
- 🐱 **Ceci n'est pas une vidéo de chats** : Malmö Productions a encore frappé avec une campagne innovante à l'occasion du 8 mars. Partant de la statistique selon laquelle les vidéos de chats

représentent 15% du trafic internet, Malmö sort une série de trois vidéos se servant de la notoriété de nos animaux de compagnie pour dénoncer les violences économiques conjugales qui touche 41% des femmes.

- 🗣️ **#BanBossy** : Nous fêtons les 10 ans de la campagne de Sheryl Sandberg, directrice des opérations de Facebook, et d'Anna Maria Chávez, PDG des Girl Scout of the USA qui lancent cette opération pour dénoncer l'utilisation du mot « bossy » à la connotation péjorative. La campagne est un succès repris massivement par Beyoncé ou encore Victoria Beckham dont nous entendons encore parler aujourd'hui.



Campagne Ban Bossy

## C'est tout pour aujourd'hui !

Vous avez aimé ce numéro ?

Partagez-le et [inscrivez-vous pour recevoir les prochains !](#)

### Contact

Service d'Information du Gouvernement

Pôle Partenariats

[partenariats.sig@pm.gouv.fr](mailto:partenariats.sig@pm.gouv.fr)

Vous recevez ce message car vous êtes abonné à la liste de diffusion

"Partenariats de l'État" ou que vous avez récemment travaillé le SIG.

[Consulter notre politique des données personnelles.](#)

Si vous désirez vous désabonner, [cliquez-ici](#).