

Pèlerin

MAGAZINE

CUBA

VALLADARES
RACONTE
SES PRISONS

MUSIQUE

LISZT
DE LA GLOIRE
À DIEU

PEKIN

LA VIE DE SES
HABITANTS
AU QUOTIDIEN

VACANCES

VERS D'AUTRES
CULTURES

ENQUÊTE-SONDAGE SOFRES

LES FEMMES PATRONS

Marion Vanier
directrice générale
d'Amstrad-France

DES FEMMES CREER LE

Tous les spécialistes vous le diront : le goût d'entreprendre revient en force. On n'a jamais autant créé d'entreprises nouvelles. Plus surprenant encore : un sondage exclusif réalisé pour Pèlerin Magazine révèle qu'un grand nombre de femmes ont rêvé, un jour, de s'installer à leur compte.

Créer son entreprise, voilà une idée qui redevient à la mode

Spontanément, on considère qu'il s'agit là d'une activité plutôt masculine. Pensez ! Il faut faire des démarches, réunir un minimum de capitaux, gérer son affaire... Erreur ! Le sondage réalisé par la Sofres pour cette enquête révèle qu'une femme sur trois a, un jour, rêvé de s'installer à son compte. 11 % y sont parvenues et l'on trouve même, à l'heure actuelle, dans la population française, un pourcentage égal de femmes désireuses de créer leur job. Un vrai phénomène de société, pour reprendre une expression très à la mode.

Mais qu'est-ce qui fait ainsi courir les femmes ? Le besoin d'être indépendantes, le désir de gagner de l'argent mais aussi l'envie de voir des gens, d'avoir leurs propres relations professionnelles et aussi, au fond, la volonté de prouver, de se prouver, que l'on était capable de le faire. Ces raisons, Caroline, Nicole, Pascale, Sylvie, Isabelle, Brigitte et Marion les évoquent avec passion, en nous racontant pourquoi et comment elles ont créé leur entreprise. Une véritable aventure sociale et humaine avec, pour toile de fond, leur tempérament, leur caractère et des qualités qui, malgré la diversité de leurs expériences, leur restent communes : dynamisme, imagination, réalisme, esprit pratique. Il aurait fallu aller plus loin, voir avec elles comment elles parvenaient à concilier cette activité « dévoreuse de temps » avec leur vie familiale, avec leur désir de réussir par ailleurs leur vie de couple, l'éducation de leurs enfants...

Promis, on y reviendra !



Caroline et Nicole dans leur boutique de brocante de Pont-l'Abbé, dans le Finistère. Elles vendent des objets qu'elles aiment, dans un cadre qu'elles ont créé à leur image. Elles disent avoir trouvé, malgré les difficultés, une réelle qualité d'existence.



Sylvie a créé, avec Isabelle et Brigitte, une société de vêtements « boutique » prêt-à-coudre pour bébés, femmes et enfants, près de Cholet. Leur expérience est toute neuve. Prendre des risques ne leur fait pas peur. Elles aiment aller de l'avant.

SONDAGE

EXCLUSIF SOFRES
1 FEMME SUR 3 A, UN JOUR, RÊVE
DE CRÉER SON ENTREPRISE

1. L'ENVIE DE CRÉER
UNE ENTREPRISE

31 %

des femmes
ont eu, un jour, envie
de créer leur entreprise

11 %

ont concrétisé leur projet

20 %

n'ont pas pu réaliser leur projet

On peut s'étonner d'un aussi fort pourcentage car, enfin, ce n'est pas rien de considérer qu'une femme sur trois a songé, un jour, à créer son entreprise. Le désir de création est particulièrement fort chez les moins de 35 ans, parmi les cadres moyens, les employés et ouvriers, mais surtout parmi les habitants de la région parisienne. C'est en milieu rural que ce souhait perd, le plus facilement, être réalisé. Sur 100 femmes installées « à leur compte », 31 résident dans des communes de moins de 2 000 habitants.

2. UN PROJET EN COURS

11 %

des femmes
envisagent actuellement
de créer leur entreprise

3 %

avec détermination

8 %

de manière plus incertaine

Il fallait creuser plus avant et mesurer les intentions réelles des femmes interrogées. 11 % déclarent que créer une entreprise fait partie de leurs préoccupations, même si 3 % d'entre elles seulement se disent sûres d'aller au bout de leur démarche. Ces 3 % représentent plus de 600 000 femmes qui, pour les deux tiers, ont moins de 35 ans. C'est dans le milieu ouvrier (36 %), dans l'agglomération parisienne (27 %) et dans les grandes villes (31 %) que ce désir est le plus vif, comme s'il y avait là un moyen privilégié de promotion et de rupture avec l'anonymat des villes.

VEULENT UR ENTREPRISE

par Odile Douroux

Caroline et Nicole : une même passion

La brocante de Caroline Martre et de Nicole Euzen est nichée dans l'angle d'une rue ancienne de Pont-l'Abbé, dans le Finistère. Installée par Caroline, il y a dix ans, dans un café désaffecté, elle offre aux visiteurs la nostalgie et le romantisme de ses dentelles, cartes postales, faïences, verreries, meubles et objets anciens. Cette boutique vit, bouge : le décor et les objets changent sans cesse. Elle est avant tout une ambiance, une âme. On s'y sent bien.

« Si je ne m'étais pas créé mon propre emploi, je n'aurais jamais trouvé de travail », explique lucidement Caroline, 40 ans, mère de deux grands enfants. Elle s'avoue autodidacte, avec seulement, comme point de départ, beaucoup de goût et une forte attirance pour les jolis objets. Caroline avait aussi le besoin impérieux de gagner sa vie. Les deux ou trois premières années ont été très dures. Pratiquement sans argent, son seul bien était sa maison.

Caroline démarre alors avec des meubles mis en dépôt. Apprécier la qualité d'un objet, savoir chiner et effectuer un « bon » achat pour réussir une bonne vente, sa formation se fait sur le tas. Physiquement, le métier est dur. En dehors de la disponibilité et des heures d'ouverture régulières et précises, indispensables à la clientèle, Caroline, pourtant fine et menue, trimbale des meubles sanglés sur son dos, les nettoie et les teinte. Peu à peu la clientèle se fidélise, les stocks s'agrandissent. « C'est un métier qui correspond à ce que je suis profondément et me passionne », résume Caroline. C'est cette même passion qui conduira Nicole Euzen, 45 ans, mariée, à s'associer avec elle. Une association souple et originale. Elles partagent leur temps, leur local. Nicole achète et apporte ses propres marchandises dont elle reste propriétaire. Les comptabilités sont séparées. Tout en ayant les mêmes goûts, elles sont très différentes et se complètent ad-

mirablement. Il s'agit d'une « association de confiance sur contrat verbal ».

Accueil, disponibilité, rigueur, amour des beaux objets et passion des contacts humains : Caroline et Nicole avouent avoir trouvé là un moyen d'assouvir leur propre passion.

Sylvie, Isabelle et Brigitte : une couture plaisir

« J'ai toujours eu envie de créer mon entreprise », avoue sans complexe Sylvie Gaborit, toute jeune - 24 ans - et menue leader de la société Créatiss, montée il y a quelques mois à peine avec deux amies : Brigitte Scotat, 20 ans, et Isabelle Clochard, 32 ans.

Installées près de Cholet, en Vendée, région de la chaussure et de la confection, mères de famille (quatre enfants à elles trois), leur idée est : originale et le créneau, en terme de marché, encore vierge.

La couture était pour Sylvie, femme au foyer sans formation, un passe-temps agréable et utile. Elle découvre que dans ce domaine, soit il faut tout faire soi-même - « fastidieux ! » - soit on achète tout fait - « cher, cher ! » -, soit il existe du kit ou prêt-à-coudre « pas souvent chic ! ». Manque le stade intermédiaire : des modèles « boutique » où tout ce qui pose problème est déjà fait : coupe, surfilage, cols, pattes, poignets et où seul l'assemblage reste à faire. L'idée d'une couture plaisir est née.

« Nous, on voudrait aller de l'avant et s'imposer sur le marché », ambitionne Sylvie qui a déjà poussé son mari à créer sa propre entreprise d'informatique il y a trois ans. Leur politique commerciale reposera sur un magasin à Cholet, un système de dépôt en mercerie à raison d'une par ville de France et un démarchage à domicile, style Tupperware. Leur société est une SARL où l'une a apporté 10 000 F de capital personnel et les deux autres 30 000 F. Plus un apport de 160 000 F de Sylvie. Le reste, ce sont des emprunts (300 000 F aux banques) ou le résultat de ce qu'il faut

3. LEURS ACTIVITÉS DE PRÉDILECTION

Parmi les femmes ayant actuellement le projet de créer leur entreprise :

21 %

choisiraient un commerce de mode

9 %

un métier d'artisanat d'art

12 %

le secteur de l'hôtellerie
de la restauration

6 %

une profession dans le domaine
de la santé

10 %

un commerce d'alimentation

5 %

une librairie, un dépôt de presse

9 %

une boutique d'esthétique

3 %

une activité artisanale de service

Les pourcentages que nous publions ici ne portent pas sur la totalité des femmes interrogées pour cette enquête. Il nous a semblé plus intéressant de ne retenir l'opinion que de celles d'entre elles qui affirment envisager actuellement de créer leur entreprise.

Où irait alors leur préférence ? On peut regretter que la liste proposée n'ait pas inclus la création d'entreprises de caractère industriel. Sans doute cet oubli est-il révélateur de l'état d'esprit d'une rédaction — la nôtre — qui à eu quelque mal à identifier la femme à ce type d'entreprise.

Que retenir des réponses analysées par la Sofres ? Les femmes de plus de 35 ans ont une préférence marquée pour les secteurs plus traditionnels comme l'alimentation, la presse ou les profes-

sions de la santé. Les femmes de moins de 35 ans, en revanche, ont un faible pour les boutiques de mode, les salons d'esthéticiennes, les ateliers d'artisanat d'art ou le monde de l'hôtellerie et de la restauration.

Il est intéressant de noter enfin que les projets de création d'entreprise dans les domaines de l'alimentation et de la presse proviennent prioritairement du monde rural ; les projets concernant la mode, des petites villes de 20 000 à 100 000 habitants ; les projets relatifs aux professions de santé, de l'agglomération parisienne ; comme s'il y avait là une sorte d'ajustement automatique entre les besoins ressentis et les initiatives de création d'entreprise.

4. DES MOTIVATIONS SPÉCIFIQUES

Les raisons évoquées par les femmes ayant actuellement le projet de créer leur propre entreprise sont, dans l'ordre :

60 %

Être indépendantes

40 %

avec le public Avoir des relations

51 %

Gagner de l'argent

35 %

qu'on peut le faire Se prouver

Pour cette question comme pour la précédente, il était nécessaire de mettre l'accent sur les seules réponses formulées par des femmes ayant manifesté l'envie de créer leur entreprise. Le motif évoqué en premier est leur souci d'indépendance, même s'il est difficilement dissociable du désir de « gagner de l'argent », cité en second, qui concrétise

tout de même l'un des moyens de cette indépendance. La possibilité de bénéficier, par le biais de la vie d'entreprise, de relations professionnelles et le souci de se prouver à soi-même que l'on était capable de cette « audace » d'entreprendre ne sont cités qu'en troisième et quatrième positions.

RENÉ POUJOL

Sondage effectué par la Sofres, en février 1986, auprès de 1 211 femmes issues d'un échantillon de 2 000 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

bien appeler « la chasse aux primes ». Le matériel est d'occasion, le loyer peu lourd et la fabrication faite par un travail à domicile. Les risques sont limités au maximum. A elles trois, elles se répartissent le travail et leur domaine selon leurs compétences et « pour ne pas se marcher sur les pieds ». A Isabelle, la styliste, la création. A Brigitte qui aime ça, « les paperasses », et à Sylvie, la vente et le commercial. Pour l'instant, elles ne s'octroient aucun salaire.

Quelles sont les qualités nécessaires pour réussir sa création d'entreprise ? Sylvie les résume ainsi : « Goût de l'indépendance. Créer ou faire quelque chose qui « vous » plaise. Aimer prendre des initiatives, des décisions, des risques. Être ambitieux — un moteur indispensable. Aimer gagner, mais en même temps être détaché de l'argent. Être optimiste. Ne pas avoir peur du lendemain. »

Pascale : un restaurant qui est « sa » maison

« J'ai hiberné pendant dix ans. Tout à coup j'ai explosé », raconte Pascale Cerutti, l'hôte de charme de « La Table Verte » nichée à Genainville, petit village du Vexin. Son restaurant ? Un hasard. La jonction entre deux situations : un mari qui perd momentanément son travail, cette ancienne épicerie-tabac-café de village qui peut facilement trouver une autre utilisation. L'aventure de Pascale naît ainsi et dure depuis dix ans.

Le restaurant de Pascale est comme une maison qui jouerait à être un restaurant. C'est « sa » maison. Cretonne fleurie aux murs, armoire ancienne où se rangent nappes et vaisselle, une « vraie » cheminée avec un « vrai » feu, des fleurs partout, un fonds de musique classique souvent choisi par les clients. Voilà pour le décor.

La cuisine de Pascale n'est pas non plus une vraie cuisine de restaurant. C'est « sa » cuisine avec les rayonnages et tiroirs en bois de l'ancienne épicerie. D'ailleurs, les clients amis y font un petit tour avant de s'installer dans la salle. « Les plats, je les fais en fonction de mon humeur et de mon goût », explique Pascale. Pas de carte. Mais un menu du jour. Tout est fait maison et suit le rythme des saisons. Avec une grande volonté de cuisine santé. Beaucoup de légumes verts. Des plats anciens réactualisés et dégraissés. « C'est « ma » cuisine, dit Pascale. Elle suit « mes » principes. » Les menus sont à des prix très raisonnables.

La clientèle de Pascale est une clientèle qui lui ressemble. « Eux aussi m'apportent quelque chose, dit-elle. Je

fais ce métier pour les échanges. » Mais c'est un métier dur où l'on ne compte pas ses heures d'un travail qui demande une disponibilité totale. Quarante personnes servies, cela représente deux cents assiettes à laver. Et Pascale reçoit entre huit et vingt clients tous les jours. Avec parfois des groupes de 40 à 60 personnes.

Pascale adore le mouvement, bouger, parler. Lorsqu'elle sert ses clients, elle ne marche pas. Elle glisse, elle danse. « J'aime voir jusqu'où je peux aller », dit-elle. Elle a couru le marathon des vingt kilomètres de Paris alors que, le soir, elle avait seize couverts à servir. Ses gains ? « A peine le SMIG », dit-elle. Pourquoi ne se fait-elle pas aider ? « Je ne maîtriserais plus ce que je fais. Je veux avoir le temps de parler, garder une qualité de relation et de vie. »

C'est cette qualité et cette personnalisation que viennent chercher ici ses clients. « J'ai horreur du restaurant, dit l'un des habitués. Je viens ici par plaisir et non par obligation ! »

Marion : l'histoire d'une réussite

L'histoire de Marion est un véritable conte de fées. Mariée à 18 ans, sans formation, un simple niveau bac, Marion Vanier débarque de ses Charentes natales à Paris, une simple valise à la main. Divorcée, elle a coupé les ponts avec sa famille, son milieu, ses amis. Elle n'a jamais exercé le moindre travail professionnel.

Son premier emploi, hôtesse d'accueil, elle le trouve par petite annonce. Au bout de neuf mois de postes successifs, elle entre dans un magasin de vente par correspondance par machines électroniques. Ce sera la première marche d'une fulgurante ascension. Aujourd'hui, à 38 ans, Marion Vanier est directrice générale du groupe France Amstrad (matériel électronique anglais) qui occupe 60 % du marché actuel.

La recette de la réussite de Marion ? « J'ai appliqué dans mon travail mes qualités, explique-t-elle. Quand la société à diriger est petite, il faut des qualités de bon sens. Quand elle se développe, le bon sens ne suffit plus. » Mais elle ajoute : « Je me suis impliquée totalement dans mon travail. Je n'avais rien, j'ai tout donné. On ne peut pas réussir en dilettante. »

Marion a tout appris au fur et à mesure. Le prix à payer, c'est quatorze heures de travail par jour. Le moteur de l'action ? « Une volonté de réussite, même si elle est pour un autre. Un désir de liberté et d'indépendance même s'il est en partie illusoire. »

Pascale dans la cuisine de son restaurant « A la Table verte ». Elle a appris la cuisine par plaisir et par curiosité. Accueil, disponibilité, chaleur et personnalisation du lieu, tels sont les principes appliqués par Pascale.



G. LOUCEL

L'histoire de Marion est l'histoire d'une belle réussite. Partie de zéro, toute sa formation a été acquise par un travail acharné. Aujourd'hui, à 38 ans, mère de trois enfants et directrice d'Amstrad, elle dit : « J'ai appliqué dans mon travail mes qualités ! »



AGENCE MENDES