



Communiqué de presse

Paris, le 16 septembre 2010

92% des mompreneurs françaises s'épanouissent professionnellement

*Résultats de l'étude OpinionWay
pour PayPal et l'association Mompreneurs France,
en partenariat avec auFeminin.com*



Véritable phénomène de société, les mères de famille créatrices d'entreprise seraient aujourd'hui plus de 7 millions aux Etats-Unis ; phénomène qui n'est pas encore quantifié en France mais de plus en plus observé.

PayPal, leader du paiement en ligne et l'association Mompreneurs France se sont associés pour mener une étude auprès de ces femmes qui se sont lancées dans l'aventure entrepreneuriale. Elles se révèlent des chefs d'entreprise à part entière et ne considèrent pas leur activité comme la solution miracle pour concilier leur vie de mère avec leur vie professionnelle.

Enquête inédite sur une tendance économique et sociétale, cette étude apporte un éclairage sur deux sujets clés du monde du travail contemporain : la place des femmes et la création d'entreprise.

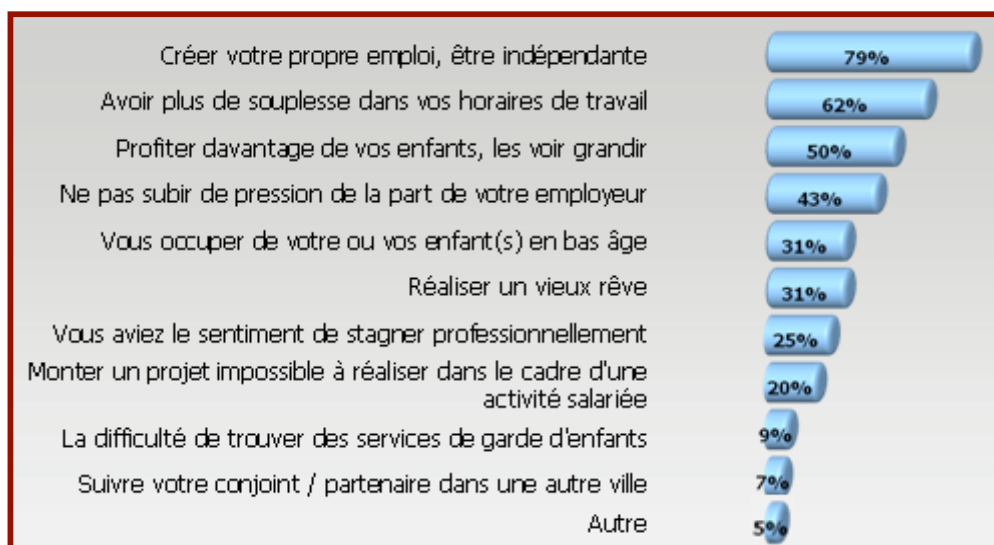
Cette étude quantitative en ligne a été conduite par "opinionway" du 6 au 26 août 2010, auprès de 121 mères créatrices d'entreprises (les « mompreneurs ») et 533 femmes âgées de 25 à 49 ans, non mompreneurs.

Des motivations liées à l'indépendance et à la flexibilité, qui ne sont pas sans contrepartie

La création d'entreprise résulte d'une vraie volonté, qui se concrétise souvent lors de la grossesse, cette période donnant aux femmes le temps de mûrir leur projet d'entreprise. Celles que l'on surnomme les « mompreneurs », (mères de famille créatrices d'entreprises) sont **31% parmi les interrogées à réaliser un vieux rêve en lançant leur propre activité.**

A l'inverse, les femmes non chefs d'entreprise du panel pensent « création d'entreprise » par défaut, comme un échappatoire à une situation professionnelle insatisfaisante : 35% des « non mompreneurs » créeraient une entreprise pour ne pas subir de pression de la part de l'employeur.

Les mompreneurs sont essentiellement à la recherche d'un équilibre : 79% d'entre elles ont créé leur entreprise pour être indépendantes, 62% pour avoir plus de flexibilité dans leurs horaires de travail. Mais l'aventure entrepreneuriale n'est pas une solution absolue à la gestion du temps : **58% reconnaissent des difficultés à concilier vie professionnelle et vie familiale.** Elle leur permet cependant d'organiser leur emploi du temps de manière plus flexible, tout en consentant une charge de travail plus importante : 86% acceptent de travailler chez elles le week-end ou en soirée, contre seulement 54% des non mompreneurs.



Motivations à la création d'entreprise pour les mompreneurs

Évolution et épanouissement, les maîtres mots de l'entrepreneuriat féminin

Les mompreneurs acceptent d'autant plus les contraintes liées à la création d'une entreprise qu'elle résulte d'une décision personnelle. Elles sont **92% à se déclarer épanouies professionnellement.** 42% des mompreneurs ne souhaitent absolument pas travailler dans un autre secteur d'activité (24% du côté des non mompreneurs).

La création de leur entreprise est également synonyme d'évolution professionnelle : **87% d'entre elles sont satisfaites de leur évolution professionnelle, contre 67% chez les non mompreneurs.**

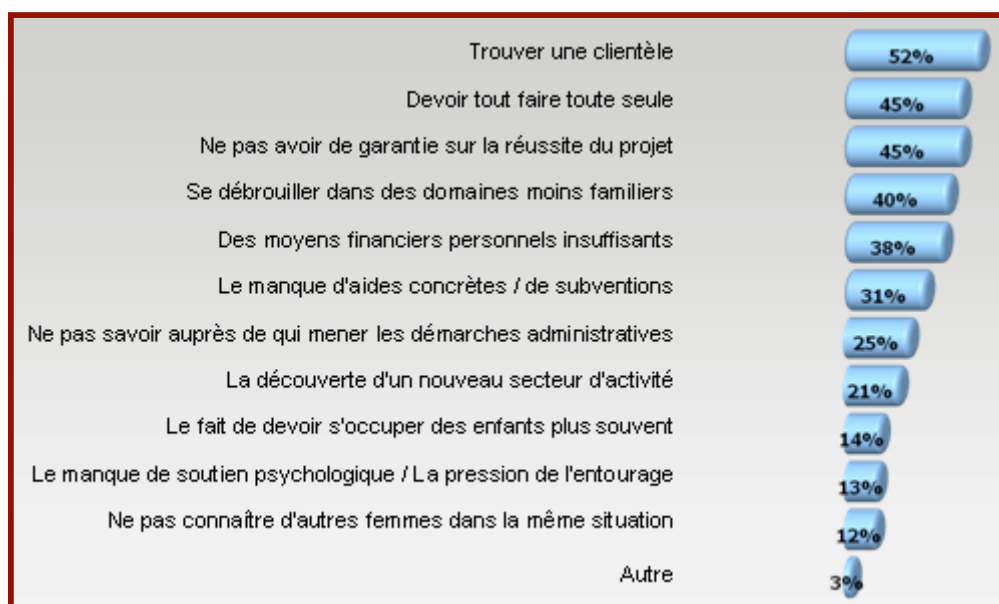
« La création d'entreprise est vue comme un aboutissement pour ces femmes qui ont l'entrepreneuriat dans l'âme », commente **Anne-Laure Constanza**, fondatrice de l'association **Mompreneurs France**.

Les mêmes freins matériels que la plupart des entrepreneurs

Les mompreneurs ont en général peu d'aide matérielle ou financière à la création d'entreprise (seulement 29% des sondées en ont bénéficié).

Cette difficulté est d'ailleurs identifiée en amont par une majorité de femmes qui perçoivent la démarche des mères créatrices d'entreprise comme une démarche entrepreneuriale à part entière, nécessitant un important investissement en temps et en ressources financières. Les non mompreneurs interrogées identifient le manque de moyens financiers personnels (54%) et le manque d'aides concrètes ou de subventions (50%) comme les principaux freins à la création d'entreprise.

Les difficultés majeures rencontrées *in fine* par les mompreneurs au lancement de leur projet sont, comme la plupart des entrepreneurs, de trouver une clientèle (52%), de devoir tout faire toute seule (45%) et de ne pas avoir de garantie sur la réussite de leur projet (45%).



Principales difficultés rencontrées par les mompreneurs

Ces créatrices d'entreprise ont souvent besoin de partager leur expérience avec leur entourage proche : **59% des répondantes bénéficient de l'aide de leur conjoint ou partenaire.**

« Les mompreneurs sont en quête de sécurité et de soutien extérieur. Il est très difficile de tout gérer en solo, encore plus lorsqu'on est mère. Notre association a vocation à transmettre aux femmes qui se lancent les conseils et le retour d'expérience qui permettent d'aborder la création d'entreprise de manière plus sereine », déclare Anne-Laure Constanza.

Franchir le cap de l'e-commerce

61% des mompreneurs disposent d'un site Internet dans le cadre de leur activité professionnelle, utilisé dans 84% des cas pour valoriser leur offre. Outil important, **la vente en ligne est utilisée par la moitié d'entre elles.**

« La vente en ligne est un cap qui peut paraître difficile à franchir pour les mompreneurs comme pour les petites entreprises en général, qui ne sont souvent pas assez informées sur les solutions proposées. L'e-commerce est un phénomène de plus en plus important en France, dont les mompreneurs ne peuvent être exclues. C'est pourquoi PayPal s'associe à l'association Mompreneurs France pour accompagner ces chefs d'entreprise dans leur transition vers la vente en ligne », précise **Marc Jaughey, responsable de la communication de PayPal en Europe.**

42% des mompreneurs voient également leur site comme un espace de dialogue avec leurs clients ou prospects. *« Nous constatons régulièrement que les femmes chefs d'entreprise accordent une importance toute particulière à l'échange avec leurs clients, à l'écoute permanente des besoins du consommateur »*, ajoute **Anne-Laure Vincent, directrice générale d'auFeminin.com.**

À propos de l'association Mompreneurs France

Parce que ce phénomène est en train de changer le paysage des affaires au féminin en France, Anne-Laure Constanza, présidente du site Envie de Fraises, a créé en 2009 l'association Mompreneurs France, association loi 1901. Aujourd'hui, l'association est entièrement gérée par des bénévoles et mompreneurs confirmées !

Vocation et objectifs de l'association :

- Promouvoir et encourager l'entrepreneuriat des mères au niveau national notamment au travers des nouvelles technologies
- Valoriser le dynamisme des mères entrepreneurs avec le lancement du Prix de la Mompreneuse de l'année
- Développer le mentoring ou « marrainage » par des femmes chefs d'entreprise reconnues pour leur réussite entrepreneuriale
- Développer la reconnaissance sociale de l'entrepreneuriat au féminin et plus particulièrement des mères entrepreneurs à travers les médias et les leaders d'opinion
- Mener des actions de lobbying
- Promouvoir et diffuser le modèle de management féminin et les valeurs qui les sous-tendent.

À propos de PayPal

PayPal est la solution simple, rapide et sécurisée pour payer et être payé sur Internet, sans partager ses données confidentielles. PayPal est l'un des leaders mondiaux du paiement en ligne avec plus de 87 millions de comptes actifs dans le monde et un volume de transactions de 72 milliards de dollars en 2009. Disponible dans 190 pays et 24 devises, PayPal propose à ses clients, particuliers ou entreprises, des solutions pour tirer parti, en toute confiance, des avantages du e-commerce.

En France, 1 acheteur en ligne sur 3 possède un compte PayPal (*source FEVAD, 2010*) : près de 9 millions de consommateurs ont choisi cette solution pour effectuer leurs achats ou envoyer de l'argent à leurs proches. Aux sites marchands, PayPal propose une solution de paiement souple, intégrée et hautement sécurisée pour développer leurs activités sur Internet. Ils sont aujourd'hui plus de 200 000 dans le monde dont 16 000 en France, grands comptes et PME, à proposer PayPal comme moyen de paiement additionnel. Avec ses partenaires bancaires et technologiques, PayPal entend participer à la croissance du e-commerce et à l'optimisation des moyens de paiement dématérialisés.

Pour plus d'informations : www.paypal.fr

Retrouvez PayPal France sur Twitter : <http://twitter.com/PayPalFrance>

À propos du groupe auFeminin.com

Détenu à 82,2% par le groupe Axel Springer, le groupe auFeminin.com est le n° 1 des éditeurs de sites féminins dans le monde et est présent en France, Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, Espagne, Italie, Pologne, Suisse, Canada, Maroc, et Vietnam. Son audience s'élève à 36,2 millions de visiteurs uniques (1) dans le monde.

En France, le groupe propose le 1er espace digital destiné aux Femmes. Son audience s'élève à 12,2 millions de visiteurs uniques et 189 millions de pages vues (2), réparties ainsi :
- auFeminin brand : auFeminin.com, Marmiton.org, Sante-az.fr, Joyce.fr, Teemix.com
- auFeminin partners : blogs et sites féminins dont l'offre publicitaire est commercialisée par le groupe auFeminin.

Le groupe a complété son offre digitale sur l'iPhone en proposant une application auFeminin.com et une application Marmiton aux Européennes.

Le groupe développe et commercialise également SmartAdserver, le 1er serveur de publicité indépendant en Europe.

Le groupe a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 28,8 M€.

auFeminin.com est cotée au compartiment C de NYSE-Euronext Paris (ISIN : FR0004042083, MNEMO : FEM).

(1) source : comScore, juillet 2010, auFeminin group

(2) source : Nielsen NetRatings, juillet2010, auFeminin network

Contacts presse :

AUFEMININ.COM : FHCOM : Sylvie Louis-Sidney – 01 55 34 24 24 – sls@fhcom.net

PAYPAL : i&e Consultants : Jean-Marie Cabrières – 01 56 03 12 44 – jmcaebrieres@i-e.fr

L'intégralité de l'étude est disponible sur demande auprès des contacts presse.