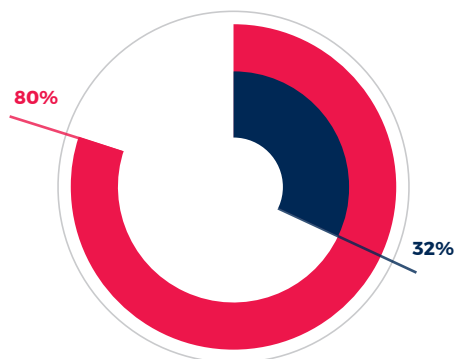


32% DES FEMMES BELGES S'IMAGINENT LANCER LEUR PROPRE ENTREPRISE

Comme le montre les résultats belges de la septième édition de l'étude annuelle d'Amway relative à l'entrepreneuriat, intitulée « Amway Global Entrepreneurship Report 2016 » (AGER), la perception qu'ont les Belges de l'entrepreneuriat ne cesse d'augmenter favorablement. En effet, en comparaison avec les résultats des deux dernières années, l'attitude positive des Belges à l'idée de lancer leur propre entreprise à augmenter de 7% pour atteindre les 80%. Ce résultat est un peu plus élevé que la moyenne internationale et significativement plus élevé (77%) que la moyenne européenne (74%).

LA PERCEPTION DES FEMMES BELGES DE L'ENTREPRENEURIAT

MOYENNE NATIONALE FEMMES



■ ATTITUDE POSITIVE ■ POTENTIEL ENTREPRENEURIAL (CELLES QUI S'IMAGINENT LANCER LEUR BUSINESS)

LE MANQUE DE CONFIANCE EN SOI

Soulignons par ailleurs que les femmes et les hommes montrent la même attitude très positive à l'égard de l'entrepreneuriat (femmes belges 80 % et hommes belges 81 %). Cependant, les femmes éprouvent plus de difficultés à passer du désir à l'action. 32% seulement s'imaginent lancer leur propre entreprise (c'est le potentiel entrepreneurial) contre 38% des hommes. Pourquoi cette différence ? Le manque de confiance en elles et en leurs capacités. Il est donc essentiel et prioritaire de renforcer cette confiance en soi chez les femmes afin d'améliorer le taux d'entrepreneures féminines dans notre pays.

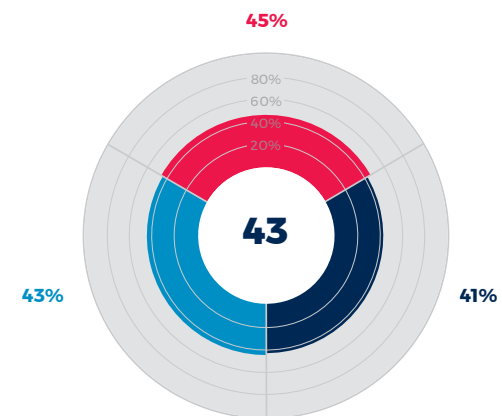
32% des femmes belges « seulement » s'imaginent lancer leur propre entreprise : mais il est à noter que ce résultat est en forte progression par rapport à l'année antérieure (27% en 2015). Et il en va de même du score AESI obtenu pour les répondantes féminines : un score de 43, soit 7 points de plus qu'en 2015.

L'AESI, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Pour la deuxième année consécutive, l'étude d'Amway s'arme d'un nouvel outil pour mieux identifier les différentes attitudes entrepreneuriales à travers le monde. L'« Amway Entrepreneurial Spirit Index » (AESI) mesure en effet les facteurs qui influent sur l'intention d'une personne à lancer sa propre entreprise. L'AESI se base sur trois variables, dérivée de la Théorie du Comportement Planifié d'Icek Ajzen¹ : l'attitude positive (le désir), l'auto-efficacité (la faisabilité) et les normes sociales (la stabilité face à la pression sociale). Plus le score atteint est haut et plus le répondant aura l'intention de créer une entreprise. Au niveau mondial, l'AESI obtient cette année un score moyen de 50 et les pays se trouvant sur le podium de l'entrepreneuriat sont le Vietnam (81), l'Inde (80) et la Thaïlande (77).

L'INDEX AMWAY SUR L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE EN BELGIQUE (AESI)

MOYENNE NATIONALE FEMMES



X INDEX ■ DÉSIR ■ FAISABILITÉ ■ STABILITÉ

AMWAY GLOBAL ENTREPRENEURSHIP REPORT 2016

Amway

UN SCORE AESI BELGE ÉGAL À LA MOYENNE EUROPÉENNE

Avec un score moyen de 46, la Belgique, quant à elle, a augmenté son capital entrepreneurial de pas moins de 5 points et se place à la 30^{ème} position du classement mondial (2015 : 33^{ième} position). Selon l'enquête, 45% des Belges estiment avoir les compétences et ressources nécessaires pour créer leur entreprise (2015 : 40%) et 47% des répondants belges considèrent l'entrepreneuriat comme une opportunité de carrière intéressante, soit une augmentation de 6% par rapport à 2015. Avec ce score, l'AESI de la Belgique dépasse très légèrement la moyenne européenne (45) mais se situe encore sous la moyenne mondiale (50).

LE SCORE AESI DES FEMMES VS. CELUI DES HOMMES

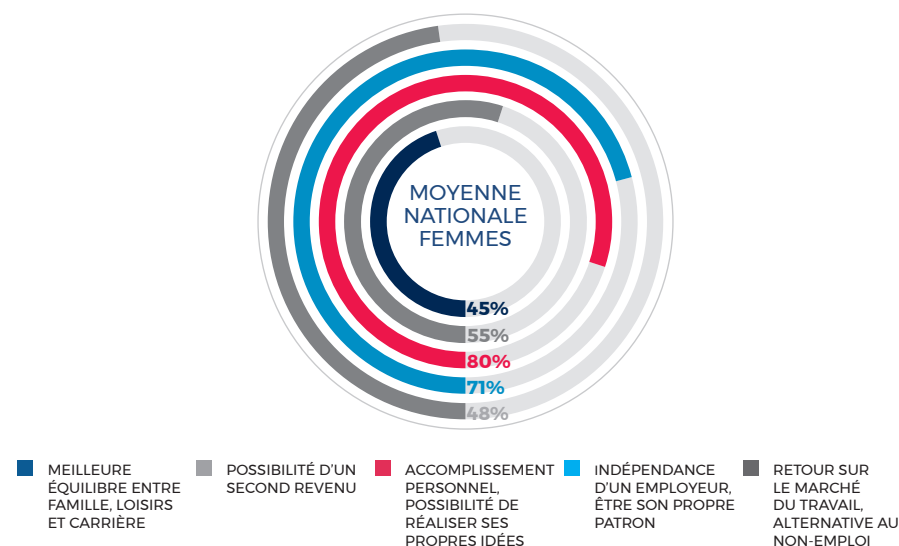
Revenons à présent au score AESI obtenu pour les répondantes féminines : un score de 43. Un score en hausse disions-nous par rapport à l'an dernier et ses trois variables le sont toutes: le désir de devenir entrepreneure atteint aujourd'hui 45%, alors qu'en 2015 il était de 36%; 41% sont convaincues de disposer des compétences pour créer leur propre business alors que seules 33% l'étaient en 2015 ; enfin, 43% déclarent qu'elles ne laisseraient pas tomber leur rêve si leur famille ou leurs amis les en dissuadaient 2015. Ce chiffre était de 39% en 2015.

Qu'en est-il des hommes? Le score AESI des hommes belges est de 48 et donc toujours plus élevé que celui des femmes (en 2015: 46). Alors que le désir d'entreprendre (49%, 2015: 47%) et la faisabilité (48%, 2015: 48%) restent quasi inchangés , l'attitude par rapport à la pression sociale montre une nette hausse (48%, 2015: 44%).

LES RAISONS DE DEVENIR ENTREPRENEUR

A la question sur les raisons qui inciteraient le Belge à créer sa propre entreprise, la raison principale donnée tant par les hommes (77%) que par les femmes (80%) est l'accomplissement personnel, la possibilité de réaliser ses propres idées. Suit ensuite Indépendance vis-à-vis d'un employeur, être son propre patron (71% des femmes; 69% des hommes). Parmi les femmes, notons que la perspective d'un second revenu, comme raison pour lancer son entreprise, a significativement augmenté depuis l'année précédente (55% en 2016 contre 46% en 2015).

POURQUOI DEVENIR ENTREPRENEUR ?



AMWAY GLOBAL ENTREPRENEURSHIP REPORT 2016

Amway

A PROPOS DE L'ÉTUDE AMWAY GLOBAL ENTREPRENEURSHIP REPORT (AGER)

L'étude AGER 2016 a été conduite par Amway, en partenariat avec Prof. dr. Isabell M. Welpe de la Chair of Strategy and Organization à l'Université Technique de Munich (TUM). Le travail sur le terrain a été réalisé d'avril à juillet 2016 par l'institut GfK de Nuremberg. Les résultats sont partagés avec la communauté scientifique, dont les 46 conseillers académiques AGER, ainsi qu'avec toutes les institutions universitaires et publiques, et tous les groupes de réflexion intéressés.

L'échantillon représentatif de la population était de 50.861 hommes et femmes âgés de 14 à 99 ans. Ces personnes ont été interrogées en interviews face à face ou téléphoniques dans 45 pays (Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Brésil, Bulgarie, Canada, Chine, Colombie, Corée du Sud, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande,

France, République tchèque, Grèce, Hongrie, Inde, Irlande, Italie, Japon, Lettonie, Lituanie, Malaisie, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Roumanie, Royaume-Uni, Russie, Slovénie, Slovaquie, Suède, Suisse, Taïwan, Thaïlande, Turquie, Ukraine, USA, Vietnam).

1 Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179-211; Krueger, N. F & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.