



## Les femmes business angels veulent s'investir plutôt qu'investir



88% des femmes business angels se disent prêtes à prendre des risques

Une étude OpinionWay pour le réseau Femmes Business Angels révèle que les investisseuses sont logiquement plus enclines à prendre des risques en matière d'investissement. En particulier lorsqu'elles partagent les valeurs du projet dans lequel elles placent leurs billes.

Prendre des risques, oui, mais pour la bonne cause ! C'est ce que révèle une étude OpinionWay pour le réseau Femmes Business Angels et KPMG sur le comportement et les motivations des femmes qui investissent. Ainsi, si seulement 15% des femmes interrogées seraient prêtes à investir 20 000 euros en Bourse ou dans une startup, 88% des femmes business angels se décideraient à prendre ce risque.

Les femmes investisseurs privilégient les startups et de loin : 71% d'entre elles prendraient en priorité des parts dans une jeune pousse si elles avaient 20 000 euros à leur disposition, contre 4% pour l'ensemble des répondantes. Le soutien financier au projet entrepreneurial d'un proche arrive loin derrière, avec 36% des réponses (6% pour l'ensemble des femmes interrogées).

Au contraire, les placements les moins risqués tels que l'achat d'un bien immobilier, la souscription d'un contrat d'assurance-vie ou le dépôt sur un Livret A sont plébiscités par les femmes qui ne sont pas familières avec l'investissement : ces solutions recueillent respectivement 42%, 37% et 30% de leurs réponses, contre 18%, 27% et... 1% chez les femmes business angels.



[Visualiser l'article](#)

## Les valeurs au coeur du projet d'investissement

Autre différence notable, les femmes qui investissent le font d'abord pour développer l'économie entrepreneuriale (63% contre 8% pour l'ensemble des femmes), alors que les femmes non rompues aux mécanismes d'investissement le font principalement dans l'optique d'un gain financier (54% contre 36% pour les femmes business angels). Sans surprises, ces dernières s'intéressent également de beaucoup plus près au sens du projet et aux valeurs de l'entreprise qu'elles financeraient (57% contre 16% pour l'ensemble des femmes).

Enfin, les secteurs du numérique, de l'industrie ou des services à la personne séduisent davantage les femmes business angels (respectivement 73%, 41% et 36% contre 28%, 10% et 22% pour l'ensemble des femmes). Au contraire, les entreprises exerçant leurs activités dans les domaines du tourisme, de l'art ou de la mode sont davantage prisées par le grand public que les initiées (respectivement 36%, 20% et 18% contre 9%, 7% et 6% des femmes business angels).