

Université Rennes 2  
UFR Sciences sociales

Entrepreneuriat féminin :  
Quel(s) accompagnement(s) pour la création ?

MÉMOIRE DE MASTER 2  
« **Économie sociale et solidaire** »,  
Parcours Finances solidaires et gestion des entreprises sociales

Année 2017-2018

Présenté par : Flora QUERREC



Sous la direction de : Pascal GLÉMAIN

Encadrement du stage : Gaël HELARY

Du bonobo au O'major,

## Remerciements

Premièrement, je souhaite remercier les intervenant·e·s et les professeur·e·s pour leurs apports et leurs enseignements au cours de cette année de Master 2 « Économie sociale et solidaire », Parcours Finances solidaires et gestion des entreprises sociales.

Je réitère mes remerciements à mon tuteur de mémoire et responsable pédagogique, Mr Pascal Glémain, pour sa confiance et son soutien pour ce travail et pour les suivants – je l'espère.

Je tiens aussi à dédier ce travail à l'ensemble de l'équipe de TAg35, où j'ai eu la chance de réaliser mon alternance cette année. Pour cela, je remercie Assia Aïch, Laurent Prieur et Gaël Helary pour leur temps, nos échanges et cette superbe expérience au sein d'un acteur majeur de l'écosystème breton d'économie sociale et solidaire.

De même, je voulais souligner ici, ma reconnaissance envers Gaël Helary qui a été mon tuteur professionnel pendant ces huit mois. Il m'a accompagné, enseigné, soutenu et rassuré, même dans les moments où la motivation et la confiance faisaient faux bond.

Enfin, je remercie infiniment mes proches pour leur aide, leur soutien et leur amour. Ce travail est l'aboutissement d'une année dense, difficile et riche dans tous les sens du terme. Alors ce mémoire et cette année scolaire sont pour moi une réussite collective, qui est aussi un peu la vôtre.

|   |           |
|---|-----------|
| <b><u>INTRODUCTION</u></b> .....  | <b>5</b>  |
| <b>PARTIE 1 : THEORIE D’UN ENTREPRENEURIAT FEMININ</b> .....  | <b>12</b> |
| Chapitre 1 : De la réelle existence d’un entrepreneuriat féminin .....                                    | 12        |
| 1.1. Trois grands courants définissant l’entrepreneuriat féminin : une revue de la littérature. ....      | 12        |
| 1.2. Le profil des entrepreneures .....   | 22        |
| Chapitre 2 : Quel modèle entrepreneurial pour l’entrepreneuriat féminin ?.....                            | 29        |
| 2.1. Le modèle conventionnel de la création d’entreprise.....   | 29        |
| 2.2. La création d’entreprise à travers l’Économie sociale et solidaire.....                              | 32        |
| <b>PARTIE 2 : LE ROLE DES ORGANISMES D’ACCOMPAGNEMENT FEMININ DANS LA CREATION<br/>D’ENTREPRISE</b> ..... | <b>37</b> |
| Chapitre 1 : Terrain d’étude .....  | 37        |
| 1.1. Méthodologie.....  | 37        |
| 1.2. Analyse du questionnaire .....   | 42        |
| Chapitre 2 : Résultats et observations .....  | 50        |
| 2.1. Analyse des entretiens.....  | 50        |
| 2.2. Résultats et observations .....  | 54        |
| <b><u>CONCLUSION</u></b> .....  | <b>56</b> |
| <b><u>BIBLIOGRAPHIE</u></b> .....   | <b>58</b> |
| <b><u>TABLE DES ANNEXES</u></b> .....   | <b>64</b> |

## Introduction

Au regard du titre choisi, nous partons d'une hypothèse de travail selon laquelle l'entrepreneuriat est un phénomène ou processus social genré. Cette affirmation part du constat que l'ensemble de notre environnement est dicté par des normes sociales forgées autour d'une bicatégorisation des sexes et d'une attribution de rôles sexués dès le plus jeune âge.

En tant que femme, l'entrepreneuriat féminin est un thème qui nous intéresse beaucoup et nous touche profondément. Évidemment, il n'est pas nécessaire d'être née femme pour être sensibilisé·e et attaché·e à la « Cause ». Néanmoins, nous avons l'intime conviction qu'il est difficile de comprendre le ressenti vécu, notamment lié à la discrimination ou à la subordination, lorsqu'on n'a pas vécu le rôle d'une personne en particulier. De plus, nous nous sommes déjà intéressés à un sujet parallèle, celui du travail domestique non rémunéré synonyme de charge mentale ; en d'autres termes, le travail consacré aux tâches ménagères au sein du foyer. Dans cet essai, nous avons cherché à comparer l'évolution de ce dernier dans deux pays européens, aux cultures et histoires différentes : l'Espagne et la France. Nous voulions vérifier si les événements historiques, les affiliations politiques et les différentes cultures – notamment religieuses – pouvaient avoir une incidence sur le nombre de femmes mères au foyer ainsi que la répartition du travail domestique non rémunéré à l'intérieur du ménage<sup>1</sup>. Ce travail nous a permis de constater que les femmes peuvent jouer un rôle majeur, notamment lors de crises économiques, alors qu'elles sont souvent reléguées en période d'accalmie. En effet, la crise économique qui sévit depuis 2008 en Espagne s'est traduite par une crise immobilière et un taux de chômage endémique parmi la population masculine. Ainsi, de nombreuses entreprises du bâtiment ont dû procéder à des licenciements massifs, ou ont fait l'objet d'une liquidation judiciaire. Or, le secteur de la construction faisait vivre de nombreux ménages à l'échelle du pays. De même, de nombreuses exploitations ont fermé en Andalousie, région où une majorité de l'emploi provient de l'agriculture. Certaines fermes se sont reconcentrées afin de former des coopératives. D'après les derniers chiffres de l'enquête sur la

---

<sup>1</sup> Ce travail a été réalisé lors de mon séjour en Erasmus (en troisième année de licence AES) à l'Université de Séville, en Espagne. Il m'a été demandé par le professeur Marcial Sanchez Mosquera, lors de son cours d'Histoire Économique du Travail (*Historia Económica del Trabajo - Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos*) d'écrire un développement autour d'un sujet choisi par nous-même. Pour rappeler le contexte, en Espagne, la licence appelée *grado* dure quatre années. En fin de cursus, l'étudiant·e doit rendre un mémoire intitulé *Trabajo fin de grado*, dont le nombre de page varie selon la filière. Il nous a donc été demandé dans le cadre de cet enseignement de réaliser l'équivalent d'un pré-mémoire.

population active (*Encuesta de Población Activa*) correspondant au troisième trimestre de 2017, le taux de chômage de l'Andalousie était de 25,41 %, l'un des plus élevés d'Espagne<sup>2</sup>. Suite à ce travail, nous avons constaté que plusieurs femmes mères au foyer dans la province de Séville s'apportaient une aide mutuelle dans la recherche d'emploi ou la création de leur propre activité pendant que leur conjoint·e, ne retrouvant pas d'emploi, les remplaçait. Il y a eu un inversement des rôles et il s'est avéré que ces femmes ont retrouvé plus rapidement un emploi que leur partenaire. Toutefois, nous devons constater, encore aujourd'hui, qu'il demeure de nombreuses inégalités de traitement à l'égard des femmes, mais aussi de tout type de personne ne répondant pas à la norme sociale. Cela paraît tout à fait acceptable dans un système capitaliste qui renforce les individualités du genre humain autour du phallogentrisme, dont l'un des principaux outils est la domination masculine. De même, pourrions-nous faire un saut au sein du système politique dans lequel les lois importantes ayant « participé à l'émancipation » des femmes ont été proposées et votées très souvent par des hommes. Au niveau ministériel, il s'agit d'un homme, Valéry Giscard d'Estaing, qui prendra la décision de créer le premier secrétariat d'État à la Condition féminine (1974) en France. Mais la secrétaire d'État Françoise Giroud ne défend la cause féminine que durant deux années, soit jusqu'en 1976, date à laquelle son poste est supprimé. Puis commenceront les aléas entre suppression et création de ministères délégués ou de secrétariats parfois rattachés au ministère du Travail ou au ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des femmes en 2016, renvoyant de fait la femme à un rôle de mère nourricière appartenant à la sphère domestique. Ces changements successifs de structuration correspondent aux passations de pouvoir au niveau présidentiel et gouvernemental. De plus, les sommes attribuées au budget des ministères ou ministères délégués ainsi qu'aux secrétariats ne sont pas équivalentes, d'où les changements de nom et de statut de ces derniers. Françoise Giroud illustre, avec beaucoup d'humour, la lutte politique pour l'égalité des sexes. Lors d'un voyage au Canada, Gérard Pelletier lui demande : « *Mais jusqu'où allez-vous pousser cette recherche, cette exigence de l'égalité, de la parité de la femme dans le système ?* ». Françoise Giroud lui répondit en ces mots : « *Jusqu'à ce que des femmes incompetentes puissent occuper des postes de direction comme les hommes le font.* »<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> GINES SANCHEZ, Guillermo, España supera los 19 millones de ocupados por primera vez desde 2009, in: ABC Economía [en ligne] [consulté le 7 avril 2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.abc.es/economia/abci-numero-parados-baja-182600-personas-durante-tercer-trimestre-201710260902\\_noticia.html](http://www.abc.es/economia/abci-numero-parados-baja-182600-personas-durante-tercer-trimestre-201710260902_noticia.html).

<sup>3</sup> SÉNAT, Un Site au service du citoyen, Le Secrétariat d'État à la condition féminine [en ligne] [consulté le 7 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.senat.fr/evenement/archives/D35/secretariat.html>.

L'ensemble de notre environnement est codifié par le modèle éducatif et la socialisation primaire qui, dès le plus jeune âge, divise les individus en fonction de leur sexe. On parlera aussi de socialisation de genre. Il est donc « normal » qu'un homme et une femme n'interagissent pas de la même manière. Néanmoins, on remarque que certaines personnes, plutôt des femmes en l'occurrence, vont muter et apprendre à utiliser les codes liés au patriarcat et au masculin afin de lutter d'« égal à égal » et tenter d'accéder à cette réussite, à cette reconnaissance sociale qui correspond principalement à la réussite professionnelle dans le système patriarcal. Les femmes se voient attribuer le mariage et la construction d'une famille comme réussite sociale, ce qui est indissociable notamment de l'acte d'avoir des enfants (processus de reproduction/procréation). Autrement dit, l'homme est préparé à habiter la sphère publique et la femme se voit attribuer la sphère privée. Nous pensons qu'il est primordial de ne pas vouloir cacher les différences qui existent entre les hommes et les femmes, en particulier celles qui sont liées au modèle social normé de bicatégorisation inscrit dans une domination masculine avérée. Cependant, il faut aussi réussir à s'échapper des préjugés et stéréotypes afin d'observer les femmes et les hommes comme des individus similaires au niveau naturel, sur un plan anatomique. Arrêtons de nous centrer sur les différences entre les uns et les autres et focalisons-nous sur l'explication de ces différences, mais aussi, et surtout, sur les valeurs ajoutées (qualités) de chaque individu. Ces différences ne sont pas seulement négatives. Le moment serait enfin venu de les étudier de manière objective. Effectivement, nous condamnons la phallocratie qui règne dans la société dans laquelle nous vivons, idéologie au nom de laquelle de nombreuses personnes – non seulement des femmes, mais aussi des hommes –, ainsi que d'autres individus ne se reconnaissant pas comme femme ou homme, sont maltraitées. Cela étant dit, il faudrait montrer les difficultés, puis trouver les complémentarités possibles. Afin d'illustrer ce propos, nous pourrions nous exprimer sur la comparaison systématique de l'économie dite conventionnelle et de l'économie sociale et solidaire. Une fois que les disparités sont soulignées, il est plus intéressant de s'intéresser à ce que propose en particulier l'économie sociale et solidaire sur le territoire au quotidien ainsi que les personnes qui la façonnent. Il ne s'agit pas d'être une alternative, mais de peser dans la balance et de compléter les faits présents, déjà existants, tout en palliant les besoins. En d'autres termes, il s'agit d'apporter une complémentarité au système qui aurait pour corollaire une société centrée sur la solidarité, la coopération et le collectif.

D'après les principales théories et approches utilisées dans les recherches sur l'entrepreneuriat féminin, nous avons trouvé des aspects pertinents et des convergences d'opinion, mais aussi des désaccords. Nous partageons les approches féministes, en particulier celle du féminisme social sur la validation et la qualification de la notion d'entrepreneuriat construit autour de la norme masculine. Néanmoins, nous trouvons dommageable que ce courant n'ait pas poussé l'étude sur la construction/déconstruction du processus social qu'est l'entrepreneuriat et tenté d'expliquer la genrésation de ce dernier. De plus, les chercheur·e·s appartenant à ce mouvement ont fait preuve de réalisme et de positivisme à l'égard des femmes, car pour la première fois dans l'histoire de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin, les femmes ne sont plus observées et considérées comme des victimes, mais comme des « êtres vivantes », capables au même titre que leurs congénères masculins. Cependant, nous remettons en cause un point important de cette théorie : l'affirmation de la complémentarité de l'entrepreneuriat féminin par rapport au modèle masculin. Selon nous, les individus peuvent être complémentaires les uns des autres sans considération de sexe, de genre, d'ethnie, etc. Toutefois, nous pensons qu'il n'y a pas de complémentarité ni d'alternative lorsqu'il s'agit de l'entrepreneuriat féminin et masculin. Pour cette raison, notre étude s'inscrira dans une démarche similaire aux approches socioconstructivistes. Nous voulons rejoindre ce « changement de positionnement épistémologique » en défocalisant l'angle d'observation du processus de genrésation de l'entrepreneuriat. Notre questionnement ainsi que notre développement se fera à travers des va-et-vient entre les deux principaux angles d'étude des socioconstructivistes. Nous nous intéresserons alors d'une part aux femmes qui ont créé ou sont en processus de création d'entreprise dans leur environnement, de manière subjective. Ceci consiste à s'intéresser à leur ressenti, à leur vécu, à leur expérience et à les observer, au cas par cas, comme des individus évoluant dans un certain contexte où il n'y aurait pas forcément de lien de causalité. Par l'entremise de cette analyse, il ne s'agit pas de séparer les habitats, mais plutôt d'écouter les perceptions et opinions par rapport aux sphères dans lesquelles celles-ci sont présentes<sup>4</sup>. D'autre part, le deuxième angle, selon lequel nous effectuerons notre travail qualitatif, est l'étude dite institutionnelle. Cette orientation se base sur l'observation du fonctionnement des structures en lien direct avec l'entrepreneuriat et leur construction du genre,

---

<sup>4</sup> (...) *l'impact du genre sur les perceptions et les réalités subjectives des femmes entrepreneures, interprétées en fonction des contextes multiples et diversifiés (aux niveaux individuel, familial, social, professionnel, régional, culturel, etc.)* (Blake et Hanson 2005 ; Bruni, Gherardi et Poggio, 2004 ; Nelson, Maxfield et Kolb, 2009 ; Wilson et Tagg, 2010). In, CONSTANTINIDIS, C., « Femmes entrepreneures », in Pierre-Marie Chauvin et al., Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014.

ainsi que sa transposition au sein de l'organisme<sup>5</sup>. En particulier, nous avons décidé de consacrer l'ensemble de notre étude pratique aux associations de support à l'entrepreneuriat féminin, qui soutiennent la création d'entreprise, tout en introduisant d'autres structures sociales telles que TAg35 (propulseur d'innovation sociale et d'entrepreneuriat collectif accompagnant les projets d'économie sociale et solidaire). À cela, nous ajouterons la vision des postmodernistes qui (...) *encouragent l'analyse croisée du genre et d'autres facteurs socialement construits, tels que le statut social, l'âge, l'origine ethnique ou l'orientation sexuelle, afin d'apporter des perspectives alternatives ou complémentaires à la compréhension de l'entrepreneuriat féminin.*<sup>6</sup> Tout au long de ces recherches, nous désirons porter des « lunettes sociologiques » dans le but de « croiser les différents facteurs sociaux » afin de rendre notre étude plus pertinente et plus proche de la réalité. Nous voulons faire preuve de réalisme empirique du début jusqu'aux résultats de ce développement. Une stratégie axée sur la comparaison constante entre nos hypothèses de travail et les faits découverts nous permettra de rester fidèle à la réalité et d'éviter tout fantasme qui serait invérifié. Nous voulons non seulement étudier l'entrepreneuriat avec des méthodes quantitatives et comparatives, mais également aborder la construction des individus en fonction de leur genre socialement constitué, et donc, de manière qualitative. L'utilisation de variables qualitatives prenant en compte l'expérience professionnelle capitalisée, les études réalisées, le statut familial et/ou la constitution du ménage permettrait d'établir des profils sociodémographiques, et ce, dans le but de créer des catégories types d'entrepreneures – celles-ci pouvant être communes aussi bien à l'entrepreneuriat masculin que féminin.

Afin de clarifier nos intentions sur le sujet, nous avons décidé de vous faire part de nos questionnements et hypothèses. Ce thème touche plusieurs domaines et secteurs, ainsi que différents enseignements, tels que l'entrepreneuriat, l'étude du genre, la sociologie, la gestion, etc. Il est obligatoire de passer par un nouveau paradigme, comme énoncé par les socioconstructivistes, afin d'observer de manière objective les mutations sociétales et les changements sociojuridiques, notamment en matière de création d'entreprise, de statuts et de gouvernance, d'autant plus que la loi Hamon (31 juillet 2014) a récemment permis

---

<sup>5</sup> (...) *en se concentrant sur la construction et l'utilisation du genre dans les structures sociales en rapport avec l'entrepreneuriat (institutions financières, système éducatif, organismes de formation et de support à l'entrepreneuriat, réseaux d'affaires, médias, etc.) (Ahl et Nelson, 2010; Foss, 2010; Smith, 2009).* In, CONSTANTINIDIS, C., op. Cit., p. 297.

<sup>6</sup> Ibid, p. 298.

d'institutionnaliser l'économie sociale et solidaire (ESS) et donner un cadre juridique à l'ensemble des entreprises la composant. L'une de notre première interrogation réside dans cette dernière. Nous nous demandons si l'ESS, en raison des valeurs défendues, permettrait à toute une population de s'y reconnaître, mais surtout d'augmenter considérablement le nombre de femmes se lançant dans la création d'entreprise, de façon individuelle ou collective. Pour quelles raisons ce modèle favoriserait-il plus l'entrepreneuriat féminin que celui de l'économie dite conventionnelle ? L'ESS permettrait cette promotion grâce à une hybridation de l'entrepreneuriat-salariat et des ressources.<sup>7</sup> De plus, toujours dans le registre de l'ESS, l'entrepreneuriat collectif influencerait-il les femmes dans leur prise de décision de création ? En proposant ce questionnement, nous partons de l'hypothèse que le collectif a un poids très important sur les femmes, ce qui constituerait l'une des raisons principales pour laquelle elles rejoindraient des associations d'aide à la création d'activité spécialisées dans l'entrepreneuriat féminin.

Nous chercherons en permanence à nous questionner sur la construction d'un entrepreneuriat genré. De fait, les difficultés rencontrées dans le cadre de la création d'entreprise devraient être liées à des individus indépendants, non pas conçus comme homme et femme possédant une masculinité ou une féminité, ou envisagés comme des groupes homogènes. Nous espérons pouvoir parler de typologies d'entrepreneuriat mixte (au sens des sexes). Des hommes et des femmes qui, selon leur parcours de vie et leur style de gestion par exemple, pourraient se retrouver dans une même typologie d'entrepreneur·e, sans exclure le fait qu'il existerait de nombreuses typologies d'entrepreneur·e·s, mouvantes en fonction des époques. Enfin, notre dernière interrogation, qui serait notre axe principal de recherche pour l'étude de terrain pratique, consisterait à se demander si le rôle et le discours des associations d'entrepreneuriat féminin demeurent pertinents dans notre société actuelle.

D'après nous, ce type de structure nous permettrait d'être en relation avec des femmes entrepreneures, et de comprendre le fonctionnement de cette ou ces communauté·s. Notre dispositif de recherche se basera principalement sur deux méthodes : le questionnaire composé de variables quantitatives et qualitatives, suivi d'entretiens semi-directifs. De plus, nous ajouterons à ce travail une étude de cas (principalement quantitative) sur la présence d'entrepreneures dans l'incubateur proposé par TAg35. Le questionnaire sera destiné aux

---

<sup>7</sup> BONCLER, J., HLADY RISPAL, M., L'entrepreneuriat en milieu solidaire : un phénomène singulier ?, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2004/1 (vol. 3), p. 21-32, [consulté le 10 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2004-1-page-21.htm>.

membres de ces associations, autrement dit aux femmes qui sont en processus de création ou qui ont déjà créé leur entreprise. Lors d'un second travail, par exemple lors d'une thèse, il serait intéressant de réaliser des *focus group* ou bien des entretiens individuels semi-directifs/récit de vie de ces femmes dans le but d'obtenir davantage de matière à analyser. La deuxième méthode, axée autour des entretiens semi-directifs, s'intéressera aux femmes responsables de ce type de structure. L'objectif sera de connaître leur avis et leur vision des membres composant leur association, mais aussi de l'entrepreneuriat au sens large. Ce recueil de données permettra de donner une vision objective des membres et de leur évolution.

## Partie 1 : Théorie d'un entrepreneuriat féminin

### Chapitre 1 : De la réelle existence d'un entrepreneuriat féminin

*Dina Lavoie (1988) définit la femme entrepreneure comme « la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante »<sup>8</sup>.*

#### 1.1. Trois grands courants définissant l'entrepreneuriat féminin : une revue de la littérature.

Les premières investigations sur l'entrepreneuriat et l'homme en tant qu'entrepreneur naissent dans les années 30 contrairement à l'entrepreneuriat féminin, dont les premières recherches et documentations trouvent leur origine dans les années 70 aux États-Unis. Nous devons l'une d'entre elles à Schwartz en 1976, avec la première publication académique dans le *Journal of Contemporary Business*, centrée sur l'entrepreneuriat féminin. Il publie aussi le premier rapport d'importance politique dans ce domaine en 1979, intitulé *The Bottom Line : Unequal enterprise in America*. La première conférence académique présentant l'entrepreneuriat féminin fut organisée par Hisrich et O'Brien en 1981 au sein de l'école de commerce Babson College. Puis, le premier livre universitaire *Women in Charge : The Experiences of Female Entrepreneurs* consacré à ce sujet sera publié en 1985 par Goffee et Scase<sup>9</sup>. Néanmoins, il faudra attendre les années 90 et le début du millénaire pour que l'entrepreneuriat féminin soit considéré comme un réel domaine d'étude et de recherche<sup>10</sup>. D'après Christina Constantinidis, qui a participé à l'écriture du chapitre sur l'entrepreneuriat féminin au sein du *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* (2014),

*les études se structurent autour de quatre thèmes généraux : le profil des femmes entrepreneures (caractéristiques sociodémographiques, formation et expérience professionnelle, caractéristiques*

---

<sup>8</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 288.

<sup>9</sup> YADAV, V., UNNI, J., Women entrepreneurship: research review and future directions, *Journal of Global Entrepreneurship Research* [en ligne], 2016, p. 2, p. 21-32, [consulté le 10 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <https://journal-jger.springeropen.com/articles/10.1186/s40497-016-0055-x>.

<sup>10</sup> JENNINGS, J. E., BRUSH, C. G., Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? Extrait de l'article de YADAV, V., UNNI, J., *Journal of Global Entrepreneurship Research, Women entrepreneurship: research review and future directions*, 2016, p. 2.

*psychologiques*) ; le profil des entreprises gérées par les femmes (caractéristiques en termes de secteur, de taille ou de statut juridique, et performance) ; le processus de création ou de reprise (intentions entrepreneuriales et motivations des femmes) ; et la manière d'être en affaires (stratégies, styles de gestion, financement ou réseaux sociaux, etc.).<sup>11</sup>

De plus, l'entrepreneuriat féminin se verrait composé de trois courants de pensée : l'approche fonctionnaliste, les approches féministes et les approches socioconstructivistes.<sup>12</sup>

#### - Approche fonctionnaliste

Les fonctionnalistes<sup>13</sup> partent du postulat que l'homme et la femme naissent avec des rôles sexués, renvoyant à une vision naturaliste et biologique des deux sexes. Chaque rôle correspondrait donc à un ensemble de valeurs et de caractéristiques. La sexualisation des rôles s'appuierait sur le corps physique, mais aussi sur le psychisme. D'après les fonctionnalistes, la femme serait moins prédisposée pour l'entrepreneuriat, justifiant ce propos par un manque de compétences et de capacité. Certains chercheurs en viennent même à expliquer que le système de valeurs propre au genre féminin serait la justification d'une (...) *moindre performance des entreprises détenues et gérées par des femmes* (par exemple dans les études de Fasci et Valdez, 1998 ou de Rosa, Carter et Hamilton, 1996)<sup>14</sup>. Les traits de caractère spécifiques aux hommes et aux femmes impliqueraient aussi le fait que les hommes aient des prédispositions pour la sphère publique et les femmes, pour la sphère privée. Autrement dit, l'homme serait né avec des compétences et des valeurs lui permettant de s'adapter parfaitement au monde professionnel et à la politique entre autres, tandis que la femme, disposant d'une plus grande sensibilité et compréhensibilité, serait prédisposée à la vie familiale. Il est possible d'émettre plusieurs critiques à l'égard des recherches concernant le fonctionnalisme. À la lecture d'auteurs fonctionnalistes, nous ressentons une gêne quant au postulat de base. Ce sentiment est directement lié à un ressentiment d'injustice, c'est-à-dire que les différents écrits répondent à une vision patriarcale. Effectivement, nous pouvons affirmer vivre dans une société patriarcale, même aujourd'hui au XXI<sup>e</sup> siècle en France. Ce n'est pas pour autant que chaque citoyen-ne porte des opinions influencées par une vision patriarcale. Au sein du fonctionnalisme,

---

<sup>11</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 287.

<sup>12</sup> Ibid., p. 288.

<sup>13</sup> Les auteurs suivants se sont intéressés à la définition des profils respectifs des femmes et des hommes entrepreneur·e·s : Bellu, 1993 ; Fagenson, 1993 ; Masters et Meier, 1988 ; Sexton et Bowman, 1986 ; Sexton et Bowman-Upton, 1990 ; Zapalska, 1997. In, CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 289.

<sup>14</sup> Ibid., p. 290.

l'approche part du naturalisme, qui distingue deux corps, deux sexes, deux genres – soit masculin et féminin – et donc deux rôles sexués. Leur pensée repose principalement sur ce postulat. Effectivement, il existe bien deux sexes : « *L'humanité fait partie des espèces à reproduction sexuée, elle a donc deux "sexes" anatomophysiologiques qui ont pour seule fonction sa perpétuation physique : la production de nouveaux individus* »<sup>15</sup>. Du reste, ce qui concerne le genre et les rôles sexués de la femme et de l'homme serait propre à nos sociétés humaines, et non pas un fait *anatomophysiologique*<sup>16</sup>. Nous ressentons de fait qu'il existe deux types de sexe avec un genre correspondant à chacun. L'homme est de genre masculin et l'affirme à travers sa virilité. *La virilité est l'expression collective et individualisée de la domination masculine*<sup>17</sup>. Cette dernière est véhiculée par la norme sociale, faisant ainsi de la femme et de l'enfant des êtres non virils<sup>18</sup>. Alors, la femme est de genre féminin et ne dispose pas d'équivalent à la virilité, car elle est de fait dans la catégorie des dominé·e·s. Nous savons que l'enfant, dès sa conception, se voit attribuer un genre en fonction de son sexe, et ce genre correspondra à un rôle prédéterminé par les normes sociétales.

*Les sociétés humaines, avec une remarquable monotonie, surdéterminent la différenciation biologique en assignant aux deux sexes des fonctions différentes (divisées, séparées et généralement hiérarchisées) dans le corps social en son entier. Elles leur appliquent une « grammaire » : un genre (un type) « féminin » est imposé culturellement à la femelle pour en faire une femme sociale, et un genre « masculin » au mâle pour en faire un homme social. Le genre s'exerce matériellement dans deux champs fondamentaux : 1) la division sociosexuée du travail et des moyens de production ; 2) l'organisation sociale du travail de procréation, où les capacités reproductives des femmes sont transformées et le plus souvent exacerbées par diverses interventions sociales (Tabet, 1985/1998).<sup>19</sup>*

Cependant, nous pouvons remettre en question la manière selon laquelle s'est constituée le système de valeurs propre à chaque rôle sexué ainsi que les critères d'attribution de telle ou telle valeur aux femmes plutôt qu'aux hommes, et vice-versa.

*Ainsi, l'extension à la quasi-totalité de l'expérience humaine de ce qui n'est qu'une différenciation fonctionnelle dans un domaine amène la majorité des êtres humains à penser en termes de différences*

---

<sup>15</sup> Groupe d'études sur la division sociale et sexuelle du travail du CNRS et de l'Université de Paris VIII, *Dictionnaire critique du féminisme*, Paris : Presses universitaires de France, 2000, p. 192.

<sup>16</sup> Ibid, p. 192.

<sup>17</sup> Ibid, p. 71.

<sup>18</sup> Ibid, p. 71.

<sup>19</sup> Ibid, p. 192.

*des sexes, comme division ontologique irréductible où sexe et genre coïncident, chaque sexe-genre étant exclusif de l'autre. Mais la « grammaire » du genre, idéale et factuelle, outrepassé parfois l'« évidence » biologique de la bicatégorisation – elle-même d'ailleurs problématique, comme en témoignent la complexité même des mécanismes de la détermination du sexe (Peyre et Wiels, 1997) et les intersexes.<sup>20</sup>*

Les fonctionnalistes, en partant de ce système de valeur faussé, introduisent donc un biais méthodologique au sein de leurs différentes études. Ce biais implique que la femme soit infériorisée, d'où l'affirmation par les fonctionnalistes que la femme est moins apte à l'entrepreneuriat : *« La conclusion générale de ces travaux n'est guère surprenante : les femmes, a priori, seraient moins capables ou moins compétentes que les hommes pour l'entrepreneuriat, a priori perçu et a fortiori construit comme une activité masculine »<sup>21</sup>*. À la lecture de leurs écrits, nous décelons même une certaine misogynie dans la mesure où la femme est infériorisée ; leur justification repose principalement sur des raisons physiques et physiologiques liées à la nature. Les fonctionnalistes ont simplement cherché au moyen de leurs études à comparer l'homme et la femme, en voulant montrer que la femme n'est irrémédiablement pas programmée pour l'entrepreneuriat et, plus généralement, pour la vie professionnelle et la sphère publique. De plus, nous pouvons être amené·e·s aussi à remettre en cause la définition de la réussite qui sera différente selon si l'on est une femme ou un homme. Cela est particulièrement vrai dans le cadre de la réussite entrepreneuriale. Ainsi, les critères utilisés par les fonctionnalistes pour mesurer la performance sont masculins. Il est important de rappeler que les premières études sur l'entrepreneuriat féminin datent du début des années 70 ; avant cette décennie, il n'y avait aucun travail de recherche. C'est pourquoi la réussite entrepreneuriale et la mesure de performance des entreprises sont observées (...) *à l'aune de définitions et de standards historiquement construits par et pour les hommes<sup>22</sup>* (...).

### - **Approches féministes**

Il existe deux principaux courants féministes, soit la théorie du féminisme libéral et la théorie du féminisme social. Les approches féministes ont largement critiqué la sexualisation des rôles affirmés par les fonctionnalistes. Leur principale critique, voire différenciation, est

---

<sup>20</sup> Groupe d'études sur la division sociale et sexuelle du travail du CNRS et de l'Université de Paris VIII, op. cit., p. 192-193.

<sup>21</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 290.

<sup>22</sup> Ibid, p. 290.

l'introduction de la notion de genre qui correspond au « sexe socialement construit », différent du sexe biologique comme expliqué auparavant. De plus, les études de genre soulignent deux processus conduisant au « sexe socialement construit » : les mécanismes de séparation et les processus de hiérarchisation.

*Les mécanismes de séparation se manifestent au travers de l'attribution de rôles, de fonctions et de compétences spécifiques à chacun des sexes, contribuant à déterminer ce qui est considéré comme masculin ou féminin et menant à des représentations stéréotypées des sexes. Les processus de hiérarchisation désignent la structuration de la société autour d'une norme masculine, conduisant à valoriser davantage les caractéristiques, les valeurs ou les comportements perçus comme masculins, au détriment de ceux identifiés comme féminins<sup>23</sup>.*

La théorie du féminisme libéral repose sur des valeurs universalistes, affirmant que tous les êtres humains sont des individus égaux ; dans ce cadre, les différences sont secondaires par rapport à la qualité d'individu universel. Cependant, même si les féministes libérales affirment que les hommes et les femmes sont similaires, ils et elles sont traité·e·s de manière inégale<sup>24</sup>. Cette injustice reposerait sur le lien de subordination qu'il existe entre la femme et l'homme dans la société. Le postulat de départ défendu par la majorité des féministes est le suivant : les femmes et les hommes ont la même capacité à entreprendre et à créer. Néanmoins, la manière dont est subordonnée la femme à l'homme a une conséquence majeure : la discrimination directe. Les différentes injustices vécues au quotidien par ces dernières sont une accumulation de barrières et d'obstacles à leur réussite et à la réalisation de leur plein potentiel.

*Les études relevant de cette approche mobilisent des facteurs **situationnels** et **contextuels**, plutôt que des **facteurs individuels** de type **essentialiste** pour expliquer les freins à la création et au développement d'entreprises par les femmes et les différences observées entre femmes et hommes entrepreneurs (Alsos et Ljunggren, 1998 ; Buttner, 1993 ; Shane, Kolvereid et Westhead, 1991)<sup>25</sup>.*

Cette citation est importante dans l'explication de la constitution de la pensée féministe. En effet, les études de genre et la pensée féministe se sont construites majoritairement en opposition à l'essentialisme. Pour rappel, l'essentialisme est la pensée selon laquelle un individu ou un groupe serait défini par un certain type de caractéristiques considérées comme

---

<sup>23</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 291.

<sup>24</sup> Ibid, p. 291.

<sup>25</sup> Ibid, p. 292.

*essentielles, visibles et objectives*<sup>26</sup>. Ces caractéristiques seraient basées notamment sur le genre, le sexe, la classe sociale, la « race », etc. Les études de l'approche du féminisme libéral se sont donc intéressées à l'environnement et à la situation dans laquelle se trouve la femme afin d'analyser les différences et les obstacles à la création d'entreprise. Donc, si l'on suit le raisonnement des féministes libérales, malgré une similarité incontestable entre les hommes et les femmes, l'accès à la création d'entreprise ainsi que son processus ne serait pas le même, étant donné que le but des féministes est de mettre en évidence les différences de traitement à l'égard des femmes. Tout cela dans le but de pouvoir supprimer la succession de barrières et de difficultés et de garantir une égalité de traitement.

Pourtant, les féministes libérales s'inscrivent, tout comme les fonctionnalistes, dans une observation cantonnée à la différence des rôles sexués où il existe deux sexes (femelle et mâle), auxquels s'ajoute le genre (féminin ou masculin). Finalement, la mise en valeur des difficultés rencontrées par les femmes revient à valider l'hypothèse générale selon laquelle une entreprise menée par une femme serait moins performante et une femme dirigeante, moins apte à entreprendre à cause des barrières qui la freinent. De plus, ce mode comparatif met d'emblée la femme en position d'infériorité et de subordination. Les études appartenant à la théorie féministe libérale omettent d'énoncer que les hommes aussi peuvent rencontrer des difficultés et qu'il pourrait être intéressant de les étudier pour établir s'il y a une similarité ou pas chez les deux sexes. Puis, il faudrait chercher les causes de ces différences et observer la manière dont les hommes et les femmes affrontent ou contournent ces barrières. Il ne faut pas oublier que les hommes doivent supporter un rôle de dominant accordé par la société et s'ils n'adoptent pas le modèle dominant qui s'expriment par divers attributs, dont la virilité, alors ils seront considérés comme marginaux ou en d'autres termes, comme des « sous-hommes ». Rappelons qu'il s'agit d'une notion introduite sous l'ère nazie, suivant l'idée d'une sélection naturelle (*Untermensch*) et permettant de nommer les races jugées inférieures à la race aryenne. Enfin, les féministes libérales ne remettent à aucun moment en question le fait que la performance et la réussite soient générées en faveur du masculin et qu'il faudrait par conséquent détecter et éliminer les obstacles pour pouvoir répondre à ces critères masculins de performance.

---

<sup>26</sup> GENRE!, Lexique, in : Ça fait genre [en ligne] [Consulté le 15 mars 2018]. Disponible à l'adresse : <https://cafaitgenre.org/2015/07/20/petit-lexique-du-genre-3-essentialisme-constructivisme-socialisation-de-genre/>.

La théorie du féminisme social émerge dans les années 90 et impose une approche innovante par rapport aux deux précédentes. Le féminisme social est aussi connu sous les noms de *féminisme de la différence* ou de *féminisme maternel*<sup>27</sup>. Cette théorie confirme aussi que les femmes et les hommes sont différents et s'appuie sur ce postulat. Néanmoins, ce courant introduit une perspective novatrice, selon laquelle la différence qui distingue les femmes serait une valeur ajoutée, une force transformée en point positif. Selon Ely et Padavic, la théorie du féminisme social invite à « *célébrer les femmes dans leur différence* »<sup>28</sup> et joue avec la différence homme/femme, car elle (...) *revendique donc une perspective féminine différente et complémentaire de la perspective dominante masculine, et par là sa reconnaissance à part entière. Cette théorie part du postulat que les femmes entrepreneures possèdent des attributs uniques et précieux pour le monde de l'entrepreneuriat, identifiés comme des ressources plutôt que comme des freins*<sup>29</sup>. Ce courant de pensée ne vient plus justifier les difficultés par la subordination de la femme, mais place le débat sous un autre angle, celui de la complémentarité et de l'égalité dans la différence. La femme devient capable d'être entrepreneure, au même titre que l'homme. Elle a une conception/vision différente, défend d'autres valeurs ainsi qu'un *style de gestion spécifique*<sup>30</sup>. Les féministes introduisent pour la première fois l'existence véritable d'un *modèle féminin d'entrepreneuriat*<sup>31</sup>. La théorie du féminisme social a eu une grande importance dans l'évolution des recherches académiques sur l'entrepreneuriat féminin et a permis à ces dernières de prendre un tournant. Du fait de l'évolution théorique et de l'augmentation des entreprises dirigées par les femmes à partir des années 70, les études se sont orientées au fur et à mesure vers la recherche empirique, permettant ainsi la validation de l'hypothèse selon laquelle (...) *le style de gestion féminin [est] décrit comme aussi performant que le style masculin* (Duchéneau et Orhan, 2000 ; Riebe, 2005 ; Rosener, 1990 ; Watson, 2002)<sup>32</sup>. De plus, plusieurs auteurs introduisent de nouveaux critères d'évaluation de la performance. Ces critères semblent en adéquation avec la vision qu'ont les femmes de l'entrepreneuriat, c'est-à-dire que l'entreprise n'est pas seulement un outil à but lucratif, mais un habitacle social et collectif en permanente mutation. On retrouvera dans cette approche l'importance des réseaux sociaux.

---

<sup>27</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 293.

<sup>28</sup> Ibid, p. 293.

<sup>29</sup> Ibid, p. 293.

<sup>30</sup> Ibid, p. 293.

<sup>31</sup> Ibid, p. 293.

<sup>32</sup> Ibid, p. 294.

La théorie du féminisme social cherche à montrer que les femmes entrepreneures possèdent leur propre style de gestion, ainsi qu'un ensemble de valeurs et de caractéristiques propres à elles. Tout ceci permet à cette théorie d'affirmer l'existence d'un entrepreneuriat féminin. Ceci confirmant l'existence d'un entrepreneuriat genré. Effectivement, cette approche souhaite mettre en valeur les différences et ne plus les étudier comme des freins, mais comme des atouts ; permettant de légitimer l'entrepreneuriat féminin dans un rôle de complémentarité par rapport à l'entrepreneuriat masculin. Nonobstant, la principale critique que nous pourrions formuler à l'égard de l'approche du féminisme social serait la volonté de reconnaissance du modèle féminin d'entrepreneuriat comme complémentaire ou alternatif. Il n'y a aucun doute sur la validation du système de gestion des femmes et leur capacité à créer, à entreprendre et à gérer des entreprises performantes. Néanmoins, nous ne partageons pas l'idée de vouloir placer l'entrepreneuriat comme une alternative ou une complémentarité. Nous nous demandons comment ce dernier pourrait être une alternative dans le sens où, d'après les différentes approches et recherches, il existerait donc deux groupes homogènes d'entrepreneur·e·s, d'un côté les hommes et de l'autre, les femmes. Si nous suivons ce raisonnement, un homme ne pourrait pas intégrer le groupe d'entrepreneuriat féminin, et inversement, une femme ne pourrait intégrer le groupe d'entrepreneuriat dit à domination masculine de par son sexe et son genre. Ceci reviendrait à l'idée des fonctionnalistes, défendant une bicatégorisation du modèle sexué. Alors, nous pourrions nous questionner sur la place des individus ne se reconnaissant dans aucun des deux sous-ensembles. Ces personnes ne répondant pas à la norme et ne ressentant pas d'appartenance à l'un de ces deux groupes seraient-elles considérées comme marginales dans la société ? De plus, affirmer que l'entrepreneuriat féminin est complémentaire à l'entrepreneuriat dit « conventionnel » revient à valider un référentiel d'entrepreneuriat construit autour de la norme masculine. Le modèle féminin d'entrepreneuriat est complémentaire par rapport à un autre modèle d'entrepreneuriat, basé sur la domination masculine. Ces approches omettent l'existence de possibles autres référentiels d'entrepreneuriat.

*L'idée d'un « nouveau modèle féminin d'entrepreneuriat » repose sur l'hypothèse que les femmes entrepreneures constituent un groupe homogène, avec un ensemble commun de valeurs ou de caractéristiques naturelles. (...) Hommes entrepreneurs et femmes entrepreneures sont perçus comme deux groupes homogènes et distincts ; aucune similarité ou interdépendance entre ces groupes, ni la diversité au sein de chacun, ne sont prises en compte.<sup>33</sup>*

---

<sup>33</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 294-295.

## - **Approches socioconstructivistes**

Les approches socioconstructivistes dénoncent la méthodologie et les choix épistémologiques des autres théories. D'après ces dernières, les autres approches appuient leurs études sur *une dichotomie entre masculin et féminin*<sup>34</sup> ainsi qu'une vision homogène du groupe des femmes entrepreneures. Les approches socioconstructivistes ont voulu déplacer le curseur du paradigme. Pour la première fois, la norme masculine est pointée du doigt, notamment pour son rôle dans la construction du terme d'entrepreneuriat. Toutes les recherches réalisées auparavant se sont focalisées sur la sexualisation des rôles et ont considéré l'entrepreneuriat selon le référentiel de la domination masculine. Selon les socioconstructivistes, cette vision oriente toutes les études vers des résultats similaires et stériles à terme : (...) *le positionnement des individus dans des catégories sexuées conduit à reproduire dans la recherche l'inégalité des sexes et la subordination des femmes dans la société (Ahl, 2004 et 2006)*<sup>35</sup>. C'est ici qu'il est important de souligner le pouvoir et l'influence du travail réalisé par les chercheurs. Nous avons un devoir d'objectivité et surtout la responsabilité d'avertir chaque citoyen, dans la non-reproduction des inégalités des sexes.

Les socioconstructivistes innovent en proposant *un changement de positionnement épistémologique, pour étudier la manière dont le genre est réalisé* » (Ahl, 2006, p. 612, notre traduction).<sup>36</sup> Ils essaient de comprendre le fonctionnement du genre et son utilisation afin de le déconstruire. De plus, ils apportent une nuance importante : le genre ne doit plus être envisagé comme un rapport propre aux individus, mais comme une *catégorie*<sup>37</sup> que l'on retrouve dans tous les domaines de notre environnement. Pour cela, le terrain d'étude des socioconstructivistes va s'intéresser au point de vue subjectif des femmes en lien avec leur environnement. *Les études relevant du socioconstructivisme ne cherchent plus à déterminer la réalité « objective » des femmes entrepreneures, mais à comprendre comment le genre est construit par les différents acteurs, dans leur environnement social.*<sup>38</sup> Parmi ces approches, deux angles de recherche ressortent. Le premier est l'observation (...) *de l'impact du genre sur les perceptions et les réalités subjectives des femmes entrepreneures, interprétées en fonction des contextes multiples et diversifiés (...)*.<sup>39</sup> Les socioconstructivistes s'intéressent au ressenti

---

<sup>34</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 297.

<sup>35</sup> Ibid, p. 295.

<sup>36</sup> Ibid, p. 296.

<sup>37</sup> Ibid, p. 296.

<sup>38</sup> Ibid, p. 296.

<sup>39</sup> Ibid, p. 296.

et au vécu des femmes dans chaque domaine de leur environnement afin de constater l'influence du genre sur leurs choix. Le deuxième angle, qualifié d'institutionnel, se concentre (...) *sur la construction et l'utilisation du genre dans les structures sociales en rapport avec l'entrepreneuriat (institutions financières, système éducatif, organismes de formation et de support à l'entrepreneuriat, réseaux d'affaires, médias, etc.)* (Ahl et Nelson, 2010 ; Foss, 2010 ; Smith, 2009).<sup>40</sup> À travers ce dernier, les socioconstructivistes veulent saisir (...) « *comment les ordres sociaux sont genrés et les mécanismes par lesquels cette genrisation est reconstruite.* » (Ahl, 2006, p. 611, notre traduction).<sup>41</sup> Il ne s'agit plus de s'intéresser à l'entrepreneuriat féminin comme un seul groupe homogène, mais de faire face à une pluralité d'individus avec des histoires et des parcours différents.

Plusieurs critiques ont été faites à l'égard du socioconstructivisme. En effet, chaque approche possède des limites ; néanmoins, une critique déjà formulée à l'égard des précédentes approches pourrait être aussi faite au socioconstructivisme. Les auteurs de cette théorie se focalisent aussi sur la femme entrepreneure tout en critiquant les autres approches pour leur seul intérêt à hiérarchiser les femmes et les hommes en omettant de considérer l'existence d'autres groupes. Les postmodernistes qualifient la plupart des recherches féministes de *tendances universalistes*<sup>42</sup>. Effectivement, chez les socioconstructivistes, nous retrouvons aussi cette limite ; ils n'introduisent pas explicitement les autres groupes de femmes formés autour de l'âge, de l'orientation sexuelle, de l'origine ethnique, etc. Les postmodernistes insistent sur l'importance de (...) *prendre en compte « les nouvelles formes de relations de domination/subordination en termes de genre/d'ethnicité/de classe sociale/d'orientation sexuelle, pouvant apparaître au travers de pratiques entrepreneuriales genrées »* (Calás et al., 2009, p. 562, notre traduction).<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 297.

<sup>41</sup> Ibid, p. 297.

<sup>42</sup> Ibid, p. 298.

<sup>43</sup> Ibid, p. 298.

## 1.2. Le profil des entrepreneures

*L'entrepreneuriat féminin a été largement étudié par rapport à celui des hommes. Pouvons-nous, néanmoins, encore parler d'un entrepreneuriat féminin unique ? Le panorama de l'entrepreneuriat féminin s'étant complexifié, différents profils motivationnels peuvent coexister.*<sup>44</sup>

Les premières recherches qui se sont intéressées à l'entrepreneuriat féminin ont classifié d'une part l'entrepreneuriat classique, autrement dit masculin, et les femmes qui entreprenaient comme un autre groupe. Pour cela, ils ont associé le « féminin » au terme d'entrepreneuriat afin de qualifier « l'autre » groupe homogène, qui est celui des femmes entrepreneures. Pendant plusieurs années (1970), les études ont porté sur les différences entre les hommes et les femmes. Il faudra attendre une vingtaine d'années pour voir les investigations évoluées vers la non-génrisation de l'activité entrepreneuriale. D'Andria et Gabarret avec leur article « Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine » dressent un état de la littérature en matière d'entrepreneuriat féminin. Plus précisément, elles ont retenu 82 articles et rapports<sup>45</sup>, traitant des facteurs motivationnels et des typologies d'entrepreneures sur une période de trente ans. Cet article nous permet de nous rendre compte du paradigme actuel :

*Les recherches tendent aujourd'hui à montrer qu'il y a plus de similitudes que de différences entre hommes et femmes entrepreneurs (Brush, 1992 ; Neergaard et al., 2005 ; Ahl, 2006 ; Pines et al., 2010). Par conséquent, le questionnement n'est plus de savoir si le genre est source de différence, mais de comprendre comment (et en quoi) il fait la différence (Pines, Lerner et Schwartz, 2010).*<sup>46</sup>

Depuis la fin des années 80, les auteur·e·s ont donc cherché à prouver l'hétérogénéité du groupe correspondant aux femmes entrepreneures ainsi qu'à comprendre les facteurs motivationnels. En effet, dès 1987, Neider montre qu'il existe deux profils de femmes entrepreneures, (...) que les femmes âgées de plus de 50 ans correspondaient à une première génération de femmes qui avaient créé suite à des crises personnelles (divorce, mort de l'époux, etc.) et celles âgées de moins de 50 ans l'avaient fait afin de poursuivre un désir de satisfaction personnelle<sup>47</sup>. Des profils liés à plusieurs facteurs, dont l'âge, la motivation et la situation

---

<sup>44</sup> D'ANDRIA, A., GABARRET, I., Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], De Boeck Supérieur, 2016/3 (vol. 15), p. 87. [Consulté le 20 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2016-3-page-87.htm>.

<sup>45</sup> Ibid, p. 90.

<sup>46</sup> Ibid, p. 89.

<sup>47</sup> Ibid, p. 88.

personnelle. D'Andria et Gabarret apportent un postulat très intéressant sur la manière d'étudier les profils de femmes. Selon les deux auteures, « *leurs motivations ne peuvent être étudiées en dehors de la relation au cycle de vie de la femme et de la famille* »<sup>48</sup>. Nous partageons cet avis et nous irions même au-delà en recommandant cette manière d'observer à tout type d'entrepreneur·e. Selon nous, il serait primordial de regarder chaque individu – aussi bien homme que femme et autre – dans sa globalité, et non pas s'intéresser seulement à la vie professionnelle comme c'était le cas auparavant. Il nous semble important de décompartmenter les différentes sphères afin de mieux comprendre les facteurs motivationnels et les profils types d'entrepreneur·e·s qui s'établissent par la suite.

Ci-dessous, le tableau établi par les deux auteures selon la revue littéraire qu'elles ont réalisé.

**Tableau 1.** Principaux facteurs de motivation entrepreneuriale féminine<sup>49</sup>

| Auteurs                      | Principaux facteurs motivationnels des femmes  |
|------------------------------|--|
| Hisrich (1986)               | Désir d'indépendance, de réalisation, de satisfaction au travail, d'accomplissement de soi, d'indépendance financière, de combler l'ennui d'être une femme au foyer, réponse à une nécessité économique  |
| Buttner et Moore (1997)      | Désir de relever un défi, d'autodétermination, de conciliation travail-famille, réponse à une frustration face aux possibilités d'avancement de carrière, à la discrimination  |
| Tzemah (2000)                | Développement personnel, nécessité économique, désir de réalisation, sur les conseils d'amis ou de la famille, haut degré d'estime, besoin de créativité   |
| Hughes (2006)                | Désir d'indépendance, de liberté, d'être son propre patron, de relever un défi, d'opportunité financière, d'équilibre travail-famille, d'horaires flexibles, réponse au chômage, possibilité de travailler à domicile, possibilité de gagner plus d'argent, reconnaissance d'un travail rémunéré                     |
| Simonin (2006)               | Désir d'indépendance, d'accomplissement de soi, passion pour l'initiative, envie de générer des revenus, d'un statut social, d'exercer un pouvoir, pour pallier un faible revenu familial, en réponse à une insatisfaction de salaire, à des difficultés à trouver un emploi, meilleure conciliation travail-famille |
| Humbert et Drew (2010)       | Désir d'indépendance, recherche de satisfaction, désir de relever un défi, opportunité de marché, envie de gagner plus d'argent, conciliation travail-famille, rêve d'être entrepreneur  |
| Davis et Abdiyeva (2012)     | <i>(En contexte d'économie en développement)</i><br>Se créer son propre emploi, besoin de trouver des revenus pour échapper à la pauvreté, besoin de subsistance   |
| McGowan <i>et al.</i> (2012) | Désir de relever un défi, de s'accomplir, d'être son propre patron, d'avoir une meilleure conciliation entre vies professionnelle et personnelle, insatisfaction au travail  |

<sup>48</sup> D'ANDRIA, A., GABARRET, op. cit., p. 87.

<sup>49</sup> Ibid, p. 92.

Après avoir récapitulé les différents facteurs motivationnels des auteurs composant la revue littéraire, trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, D'Andria et Gabarret ont réalisé un tableau réunissant toutes les typologies d'après les facteurs motivationnels.

**Tableau 2.** Principales typologies d'entrepreneuriat féminin<sup>50</sup>

| Auteurs                                | Typologie   |
|--|---|
| Bruni, Gherardi et Poggio (2004)       | Aimless (pour sortir du chômage)<br>Success oriented (comme une stratégie de long terme)<br>Strongly success oriented (pour l'épanouissement et contre le plafond de verre)<br>Dualists (équilibre travail-famille)<br>Return workers (après la maternité)<br>Traditionalists (tradition familiale entrepreneuriale)<br>Radicals (féministes) |
| Morris <i>et al.</i> (2006)            | High growth entrepreneurs<br>Modest growth entrepreneurs  |
| Hughes (2006)                          | Classic entrepreneurs<br>Forced entrepreneurs<br>Work-family entrepreneurs  |
| Constantinidis <i>et al.</i> (2006)    | Entrepreneures avec un haut niveau de capital social, humain et financier<br>Entrepreneures avec un bas niveau de capital social, humain et financier<br>Femmes qui reprennent une affaire familiale  |
| Le Loarne-Lemaire <i>et al.</i> (2012) | Entrepreneure après maternité<br>Entrepreneure après chômage<br>Étudiante entrepreneur<br>Femme en recherche de temps pour soi<br>Femme aventurière<br>Business women   |
| Lewis (2013)                           | Family-oriented entrepreneurs<br>Growth-oriented entrepreneurs<br>Non-growth-oriented entrepreneurs   |

<sup>50</sup> D'ANDRIA, A., GABARRET, I., *op. cit.*, p. 94.

Le tableau qui suit consiste à récapituler les conclusions d'Andria et Gabarret correspondant à l'identification de trois idéaux types dans la recherche en entrepreneuriat féminin<sup>51</sup>. En effet, elles ont constaté que certains profils se répétaient après avoir croisé les facteurs motivationnels et les typologies d'entrepreneures relevés par les différents auteur·e·s composant leur étude. D'après cette récurrence, les deux auteures ont défini trois idéaux types<sup>52</sup>, qui apparaissent majoritairement dans les recherches et au cours du temps : un entrepreneuriat par **nécessité**, un entrepreneuriat par **opportunité** ou (transition) de carrière, et un entrepreneuriat par **conciliation travail-famille** qui intègre la maternité des femmes<sup>53</sup>. Nous avons choisi de créer et de proposer ce tableau afin de rendre plus lisible ce travail, qui nous semble d'une grande importance. Il permet de montrer qu'entre 2004 et 2013, soit quasiment dix ans de recherche sur l'entrepreneuriat féminin, les typologies d'entrepreneures restent similaires et, si elles diffèrent par le nom ou le sujet, elles rentrent dans un même idéal-type. L'entrepreneuriat par opportunité ou (transition) de carrière regroupe, d'après Bruni, Gherardi et Poggio (2004)<sup>54</sup>, les entrepreneures (*Strongly*) *Success-oriented* (celles considérant l'entrepreneuriat comme une stratégie principale de long terme), *Traditionalists* (tradition familiale entrepreneuriale), *Radicals* (la femme féministe) et certaines typologies de Le Loarne-Lemaire et al. (2012)<sup>55</sup>, dont l'étudiante entrepreneure, la femme aventurière à la recherche d'un nouveau défi et la « *businesswoman* » qui entreprend après la cinquantaine<sup>56</sup>.

Nous remarquons néanmoins que la création de catégories d'idéaux types selon trois principaux caractères motivationnels écarte d'autres approches de typologies, dont celles de Morris et al. (2006), Constantinidis et al. (2006) et deux typologies de Lewis (2013) qui sont vraisemblablement les mêmes que Morris et al. (2006).

---

<sup>51</sup> D'ANDRIA, A., GABARRET, I., op. cit., p. 95.

<sup>52</sup> Un idéal type au sens de Weber (1904-1917) est une catégorie « abstraite » de l'existant, qui permet de proposer une synthèse, en accentuant certaines caractéristiques jugées représentatives d'un fait ou d'un ensemble de faits ayant cours dans l'histoire. Elle aide à comprendre ou à théoriser certains phénomènes, sans prétendre que les caractéristiques de l'idéal type se retrouvent toujours dans les phénomènes observés. In D'ANDRIA, A., GABARRET, I., op. cit., p. 88.

<sup>53</sup> Ibid, p. 95.

<sup>54</sup> Professeur·e·s rattaché·e·s à l'Université de Trente en Italie.

<sup>55</sup> Cette classification se retrouve d'ailleurs du côté francophone avec la classification développée par Le Loarne-Lemaire et al. (2012). In D'ANDRIA, A., GABARRET, I., op. cit., p. 94.

<sup>56</sup> Ibid, p. 94.

**Tableau 3. Idéaux-types fondamentaux**

| Nécessité  | Opportunité ou transition de carrière   | Conciliation travail-famille   |
|--|---|--|
| <b>Bruni, Gherardi et Poggio (2004)</b><br>- <u>Aimless</u> (pour sortir du chômage) | - (Strongly) <u>Success-oriented</u> (axée sur une stratégie à long terme)<br>- <u>Traditionalists</u> (tradition familiale entrepreneuriale)<br>- <u>Radicals</u> (féministes) | <b>Bruni, Gherardi et Poggio (2004)</b><br>- <u>Dualists</u> (équilibre travail-famille)   |
| <b>Hughes (2006)</b><br>- <u>Forced entrepreneurs</u>                                | <b>Hughes (2006)</b><br>- <u>Classic entrepreneurs</u>  | <b>Hughes (2006)</b><br>- <u>Work-family entrepreneurs</u><br><br>=<br><br><b>Lewis (2013)</b><br>- <u>Family-oriented entrepreneurs</u> |
| <b>Le Loarne-Lemaire et al. (2012)</b><br>- <u>Entrepreneures après chômage</u>      | <b>Le Loarne-Lemaire et al. (2012)</b><br>- <u>Étudiantes entrepreneures</u><br>- <u>Femmes aventurières</u><br>- <u>Business women</u>   |  |

Source : création personnelle selon les données de l'article D'Andria et Gabarret : Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, Revue de l'Entrepreneuriat [en ligne] 2016/3 (vol. 15), Paris : De Boeck supérieur.

Nous nous permettons de critiquer en cela l'approche des trois idéaux types proposée par D'Andria et Gabarret. D'après leur observation de plusieurs récurrences de profils (typologies) parmi le corpus d'articles et d'auteurs, elles ont fait le choix de sélectionner les profils prépondérants. Or, nous serions d'avis pour proposer deux évolutions possibles. La première serait d'inclure dans l'idéal-type dit d'opportunité ou transition de carrière, la typologie de Le Loarne-Lemaire et al. (2012) : *la femme cadre à la recherche de plus de temps pour soi*. De fait, elle ne peut pas rentrer dans le premier idéal-type de nécessité, car la femme cadre a atteint un certain niveau de qualification, appuyé par un cursus d'études supérieures, et donc une rémunération proportionnelle à ses responsabilités. Or, très souvent, les femmes font face au

« plafond de verre » qui les empêche d'évoluer hiérarchiquement, du moins les responsabilités augmentent, mais le salaire reste inférieur à celui qu'elles pourraient prétendre. La femme n'y trouve donc pas d'avantages, outre le fait de devoir sacrifier une partie de son temps personnel au profit de l'incrémentation de son rendement productif et professionnel. Ce type de femme possède le bagage économique, scolaire et social pour que le premier facteur motivationnel soit autre que la nécessité et l'autosuffisance. De plus, cette typologie n'entre pas non plus selon nous dans l'idéal-type de la recherche d'équilibre travail-famille. Il est possible d'imaginer d'une part que cette femme cadre ait plus de 45 ans et qu'après avoir consacré du temps aux autres, notamment à sa famille, elle souhaite penser à son plaisir et à son bien-être en tant qu'individu. Ceci reviendrait à dire que cette phase correspond à un cycle de vie. D'autre part, il pourrait aussi être question d'une femme plus jeune, cadre aussi, entre 30 et 45 ans, ayant une certaine expérience professionnelle, du salariat en particulier, faisant face comme n'importe quelle femme au plafond de verre ainsi qu'à la subordination en tant que salariée. Cela consisterait à avoir des responsabilités, à effectuer un nombre important d'heures de travail et à ne pas être forcément épanouie et reconnue (confiance, dignité, promotion, revenu) au niveau professionnel. Cette femme en question pourrait être mariée ou pas, avec ou sans enfant et/ou sans désir d'en avoir.

En effet, le dernier taux de fécondité de la France correspond à 1,88<sup>57</sup> pour l'année 2017. Ce taux n'avait pas été aussi bas depuis 2002 avec le même score. Cette jeune femme pourrait souhaiter être sa propre cheffe afin de travailler pour un système de valeurs qu'elle aura préétabli, lui correspondant et lui permettant de trouver le juste équilibre entre aspirations professionnelles et personnelles. Nous pourrions ajouter que notre société est encore très normée quant à la question de la reproduction. Du fait que les femmes peuvent enfanter, la procréation est considérée comme un impératif absolu tout en respectant une limite d'âge (minimum et maximum) et un certain cadre conjugal (mariage ou concubinage). En effet, il serait très mal vu qu'une femme seule veuille et ait un enfant. Alors une femme qui recherche du temps pour elle, mais pour faire quoi? En effet, le troisième idéal-type renvoie automatiquement au sens du devoir de la mère et de l'épouse envers sa famille. Cette catégorie ne peut donc pas prendre en compte la typologie de Le Loarne-Lemaire, car, dans ce cas, la femme est en recherche de temps, pas obligatoirement pour sa famille, mais pour elle en tant que personne individuelle. Cela n'est pas accepté. Nous sommes dérangées par l'omniprésence

---

<sup>57</sup> Bilan Démographique 2017. In : Institut National de la statistique et des études économiques [en ligne] [consulté le 20 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1892259?sommaire=1912926>.

du rapport à la famille. Or, dans les études d'entrepreneuriat classique, autrement dit masculin, les chercheur·e·s n'étudient pas ce rapport, il a toujours été omis. Alors nous questionnons pourquoi la femme est sans cesse ramenée à son rôle reproductif et/ou de nourricière dans la recherche entrepreneuriale féminine. Chaque femme agit d'une manière différente à l'instar des hommes, selon leur habitus<sup>58</sup>, leur éducation et autres facteurs sociaux, économiques, culturels, générationnels. De plus, les auteures énoncent le lien entre les profils d'entrepreneur féminin, leurs facteurs de motivation et le cycle de vie de ces dernières (productif ou reproductif)<sup>59</sup>. Même si nous sommes d'avis pour affirmer que la femme entrepreneure ne peut être étudiée en dehors de ses « autres vies », ceci ne peut simplement s'appliquer au genre. En effet, pour quelles raisons ne pourrions-nous pas étudier l'entrepreneuriat dit masculin selon cette même méthode, en prenant en compte toutes les expériences et vies d'un homme entrepreneur. Il nous semble assister à une priorisation ou une hiérarchisation des facteurs motivationnels à travers cette analyse.

Après s'être intéressé à la revue de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin au cours de ses trente dernières années, nous nous attèlerons à un succinct inventaire des modèles d'accompagnement existants en matière d'entrepreneuriat.

---

<sup>58</sup> Au sens de Bourdieu : *L'habitus est un ensemble de dispositions durables, acquises, qui consiste en catégories d'appréciation et de jugement et engendre des pratiques sociales ajustées aux positions sociales. Acquis au cours de la prime éducation et des premières expériences sociales, il reflète aussi la trajectoire et les expériences ultérieures : l'habitus résulte d'une incorporation progressive des structures sociales. C'est ce qui explique que, placés dans des conditions similaires, les agents aient la même vision du monde, la même idée de ce qui se fait et ne se fait pas, les mêmes critères de choix de leurs loisirs et de leurs amis, les mêmes goûts vestimentaires ou esthétiques.* In PAUGAM, S., « Les 100 mots de la sociologie », *Que sais-je ?*, Presses universitaires de France, 2010, p. 70.

<sup>59</sup> D'ANDRIA, A., GABARRET, I., op. cit., p. 94.

## Chapitre 2 : Quel modèle entrepreneurial pour l'entrepreneuriat féminin ?

### 2.1. Le modèle conventionnel de la création d'entreprise

L'économie conventionnelle possède un modèle connu de création entrepreneuriale. Un processus de réponses exclusivement techniques dont le schéma se répète, passer de l'idée au projet : étude de marché, business plan, recherche de financements et création. Ce modèle répond à des normes masculines au sens de la définition de l'Entrepreneuriat : optimisation du temps afin d'incrémenter le rendement, maximisation du chiffre d'affaires, des ventes et de la taille de l'entreprise, la recherche du prestige, etc. L'accompagnement de la création/reprise d'entreprise se fait principalement par les chambres consulaires (chambres de commerce et d'industrie et les chambres de métiers et de l'artisanat) ainsi que des organismes tels que les Boutiques de gestion (BGE) ou la Banque publique d'investissement (Bpifrance). Les chambres consulaires sont une délégation de service public. En effet, ce sont des établissements publics de l'État dotés d'un statut et d'une gouvernance spécifique. Auparavant, les chambres consulaires avaient pour mission l'accompagnement des entrepreneurs à la création ou à la reprise d'entreprise, comportant un suivi régulier et des formations.

Cependant, depuis quelques années (environ quatre à cinq ans), les chambres consulaires connaissent une diminution des subventions, notamment en raison de la suppression de certaines taxes professionnelles. Cela fragilise la mission de service public en entraînant la diminution de postes de travail. Le travail des chambres consulaires est devenu très administratif et bureaucratique. L'accompagnement est rythmé comme un processus tayloriste. Il y a de moins en moins de personnel pour accueillir les futurs et les nouveaux créateurs. À titre d'exemple, le stage obligatoire de préparation à l'installation pour les artisans va disparaître, faute de moyens financiers. Cette perte de subventions oblige les chambres consulaires à produire des gains de productivité par des formations, réunions et travaux de groupes. L'accompagnement n'est plus individualisé par souci d'économie d'échelle. Le processus est alors numérisé avec l'apparition de formations en ligne et de conseils payants. Aujourd'hui, les chambres de commerce et d'industrie vendent des modules pertinents par rapport aux métiers de l'entrepreneur et réalisés par des professionnels. Ces formations sont harmonisées avec les cycles de la création d'entreprise, de l'idée au projet puis du projet à la création. Pour le premier cycle, les modules de formation s'intéresseront à la formalisation du

projet et aux notions de marketing pour la réalisation de l'étude-action. Lors de la deuxième phase, les modules seront pluridisciplinaires :

- Économie et gestion : comprendre les grandes notions d'économie et de gestion ; lire et interpréter les éléments comptables ; réaliser un plan de financement.
- Juridique et fiscal : choisir une structure juridique ; comprendre la fiscalité.
- Marketing et communication : formaliser un projet afin de trouver la meilleure stratégie ; comprendre les techniques et les outils marketing ; produire une stratégie.

Il y avait aussi un système de réseaux, car les chambres consulaires constituent des partenaires incontournables pour le développement des petites et moyennes entreprises, de l'industrie, du commerce, de l'artisanat et des services. Au gré des années, le réseau de chaque chambre augmentait grâce à la création de nouvelles entreprises, anciennement accompagnées. Nonobstant, ces réseaux ont perdu en animation à cause du manque de personnel. Il n'y a plus de chargé·e·s de mission pour organiser de rencontres, ni de temps propre aux réseaux. Les porteur·euse·s de projet, les créateur·trices et les dirigeant·e·s aguerris n'ont plus la possibilité de se rencontrer. Alors que l'obligation d'inscription au centre de formalité des entreprises (CFE) par les créateur·trices demeure, il faut savoir que cette inscription doit se réaliser auprès des chambres consulaires, qui disposent toujours de ce monopole.

Auparavant, ces inscriptions permettaient d'établir des données statistiques, mais cela a été aussi abandonné en raison d'un manque de moyens économiques et humains. Les chambres consulaires sont devenues un service technocratique qui n'apportent plus aux créateur·trices. Sauf les projets importants en terme de capitaux les intéresseront. Ces chambres répondent-elles toujours à leur mission de service public, en particulier à destination des femmes ? Alors qu'elles entreprennent seules en général... Seules les personnes qui auront les moyens de financer des formations pourront intégrer le réseau des chambres consulaires. Un service pourtant gratuit au titre d'une mission de service public ne l'est plus.

Enfin, les organismes d'accompagnement de l'économie conventionnelle proposent aussi certaines aides spécifiques pour les femmes entrepreneures. Les boutiques de gestion sont des organismes d'accompagnement à la création d'entreprise et de conseil en développement des nouvelles entreprises. Elles ont développé un partenariat avec le Centre national de documentation des femmes et des familles, dont le principal objectif est de proposer des actions

particulières réservées aux femmes entrepreneures ainsi que l'accès à des formations. Ces actions concernent des points particuliers, comme la méthodologie de création ou encore des conseils afin d'assurer la pérennité d'une entreprise. Le Centre national d'information et de documentation des femmes et des familles (CNIDFF)<sup>60</sup> est un organisme agréé Cap Entreprise (dispositif régional). Depuis 1972, cet organisme assure une fonction d'information sous l'autorité du ministère de l'Emploi et de la Solidarité. Il s'agit d'un vaste réseau national, composé de cent vingt associations appelées CDIF dans toute la France. Chacune informe les populations sur la démarche entrepreneuriale (aides, accompagnement) et offre des entretiens personnalisés avec des professionnels de la création d'entreprise pour la réalisation des différentes étapes.

Il existe aussi des supports financiers, dont le Fonds de garantie à l'initiative des femmes (FGIF). Il s'agit d'une garantie qui a pour objet de faciliter l'obtention de prêts bancaires afin de couvrir des besoins en fonds de roulement et/ou investissement. Peuvent en bénéficier les femmes dirigeantes d'une entreprise (en titre et en fait). La demande se réalise auprès de France Active (financeur solidaire). Le FGIF laisse 30 % du risque de l'emprunt à l'établissement bancaire. Cela signifie que le plafond de la garantie s'élève à 70 % du montant du prêt, soit un montant compris entre 5 000 et 27 000 euros. Ce fond permet également aux femmes de ne pas apporter de garanties personnelles sur les prêts consentis. Les entrepreneures ont souvent très peu d'apport et, donc, se voient refuser tout type de prêt par les banques – ce qui s'explique également par la taille des projets, souvent unipersonnels. Le remboursement s'élève de deux à sept années. Enfin, les coûts inhérents à la procédure restent minimes : frais-commission (1,5 % du montant garanti du prêt), mutualisation (1 % du montant garanti du prêt, non remboursable). Il existe aussi d'autres structures d'accompagnement spécifique à l'entrepreneuriat féminin, plutôt ancrées dans l'économie conventionnelle : clubs, associations... Cette liste n'est pas exhaustive.

---

<sup>60</sup> CNIDFF Centre National d'information sur les droits des femmes et des familles, 1972-2012, 40 ans d'engagement du CNIDFF pour l'information des femmes sur leurs droits et pour l'égalité entre les femmes et les hommes, [consulté le 25 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.infofemmes.com/v2/modules/upload/upload/Documents/Autres-documents/1972-2012-40ansEngagementCNIDFF-mars2012-1.pdf>

## 2.2. La création d'entreprise à travers l'Économie sociale et solidaire

Le modèle conventionnel d'accompagnement à la création d'entreprise apporte très peu de réponses et de solutions aux femmes et, de manière plus générale, aux projets hybrides et souvent de petite taille. D'après l'INSEE, *en 2017, les femmes ont créé quatre entreprises individuelles sur dix. Cette proportion est stable depuis 2015, alors qu'elle augmentait progressivement depuis 30 ans (29 % en 1987 et 33 % en 2000<sup>61</sup>)*. Le taux de création d'entreprises dirigées par des femmes représente 40 % en 2017. En comparaison, les Coopératives d'Activités et d'Emploi (CAE) en Ille-et-Vilaine réunissant Elan créateur, Elan Bâtitteur et la Coop Domi Ouest attestent de résultats nettement supérieurs en matière de création d'activité féminine. En effet, *les « femmes créatrices » représentent 60 % des entrepreneurs de la CAE généraliste Elan créateur et 20 % pour la CAE spécialisée Elan bâtisseur<sup>62</sup>*. La CAE apporte une solution globale avec un *soutien administratif ; un accompagnement personnalisé aux différentes étapes du projet ; un réseau de travail mêlant une diversité de cultures professionnelles et de générations<sup>63</sup>*. Il existe de nombreuses initiatives spécifiques pour les femmes ; cependant connaissons-nous réellement leurs besoins ? Certaines CAE proposent des accompagnements correspondant aux thématiques classiques de la création d'entreprise et une autre dédiée au savoir-être.

Il existe aussi des réseaux et des structures spécifiquement féminines, où l'on retrouve un collectif à faible capitalisation avec un fonctionnement de réseaux. Ces collectifs permettent aux femmes de se retrouver et de partager des problématiques identiques : être mère et mener une activité entrepreneuriale, être la seule source de revenu au sein de son ménage, la difficulté d'obtention de prêts bancaires, etc. D'après l'exemple des CAE et de ce type de réseau, les femmes sont présentes dans une autre forme d'entreprendre : l'économie sociale et solidaire (ESS). Jusque dans les années 2010, il y a eu un déficit de communication concernant la connaissance des réseaux d'ESS pour l'accompagnement à la création d'entreprise. Pour revenir sur le cas des CAE, la première nommée Cap Service a été créée en 1995 à Lyon. Les CAE se sont développées par la suite, mais tout en restant minoritaires sur le territoire national. Dès le début des années 2010, commence une structuration en Bretagne autour des pôles ESS

---

<sup>61</sup> INSEE Institut National de la statistique et des études économiques, Les créations d'entreprises en 2017 [en ligne] [consulté le 20 mai 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3314444>.

<sup>62</sup> Les coopératives d'activité et d'emploi en Ille-et-Vilaine, Femmes et création d'activité en CAE [en ligne] [consulté le 20 mai 2018]. Disponible à l'adresse : <https://cae35.coop/actualites/cae/femmes-et-creation-dactivite-en-cae>.

<sup>63</sup> Ibid.

et de la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire de Bretagne (CRESS). L'aboutissement de cette structuration arrive avec la loi Hamon du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire. Selon l'article 1 du chapitre 1<sup>er</sup> de la loi ci-avant mentionnée :

*I. - L'économie sociale et solidaire est un mode d'entreprendre et de développement économique adapté à tous les domaines de l'activité humaine auquel adhèrent des personnes morales de droit privé qui remplissent les conditions cumulatives suivantes : 1° Un but poursuivi autre que le seul partage des bénéfices ; 2° Une gouvernance démocratique, définie et organisée par les statuts, prévoyant l'information et la participation, dont l'expression n'est pas seulement liée à leur apport en capital ou au montant de leur contribution financière, des associés, des salariés et des parties prenantes aux réalisations de l'entreprise ; 3° Une gestion conforme aux principes suivants : a) Les bénéfices sont majoritairement consacrés à l'objectif de maintien ou de développement de l'activité de l'entreprise ; b) Les réserves obligatoires constituées, impartageables, ne peuvent pas être distribuées<sup>64</sup>.*

Cette loi a notamment donné une nouvelle visibilité aux acteurs de l'ESS, en particulier les CAE, mais aussi l'Union régionale des Scop de l'Ouest (URSCOP) qui s'occupait auparavant seulement des reprises d'entreprise en coopérative. La loi Hamon devient une ressource potentielle face aux problèmes de l'économie conventionnelle. Elle amène la consécration des CAE, la revalorisation des Scop à travers un nouveau modèle de coopérative – les Sociétés coopératives d'intérêt collectif – où peuvent être sociétaires à la fois des partenaires privés, publics, des usagers et des bénévoles ainsi qu'une augmentation de l'impact et de la prégnance des CRESS. D'autres acteurs importants sont apparus concomitamment, comme le réseau France active, Initiative France ou l'Avise. Ce réseau se structure à différentes échelles et permet un maillage du territoire. Au niveau national, nous retrouvons l'Avise ; au niveau régional : France active, l'URSCOP, les CRESS. Puis au niveau départemental, il existe les pôles d'ESS et les CAE (liste non exhaustive). L'action locale est garantie aussi par des initiatives de propulseurs d'entrepreneuriat collectif, en particulier les incubateurs qui apportent des solutions nouvelles. Ils empruntent les modes de fonctionnement de l'innovation technologique : agilité, réactivité, travail en meute. Ils répondent à un besoin sociétal de ne plus travailler seul, de travailler en collectif et de produire aussi des impacts en termes environnementaux et sociétaux sur leur territoire. Les incubateurs existent depuis environ quinze ans dans les grandes villes, c'est le cas d'Inter-Made à Marseille qui existe depuis 2002

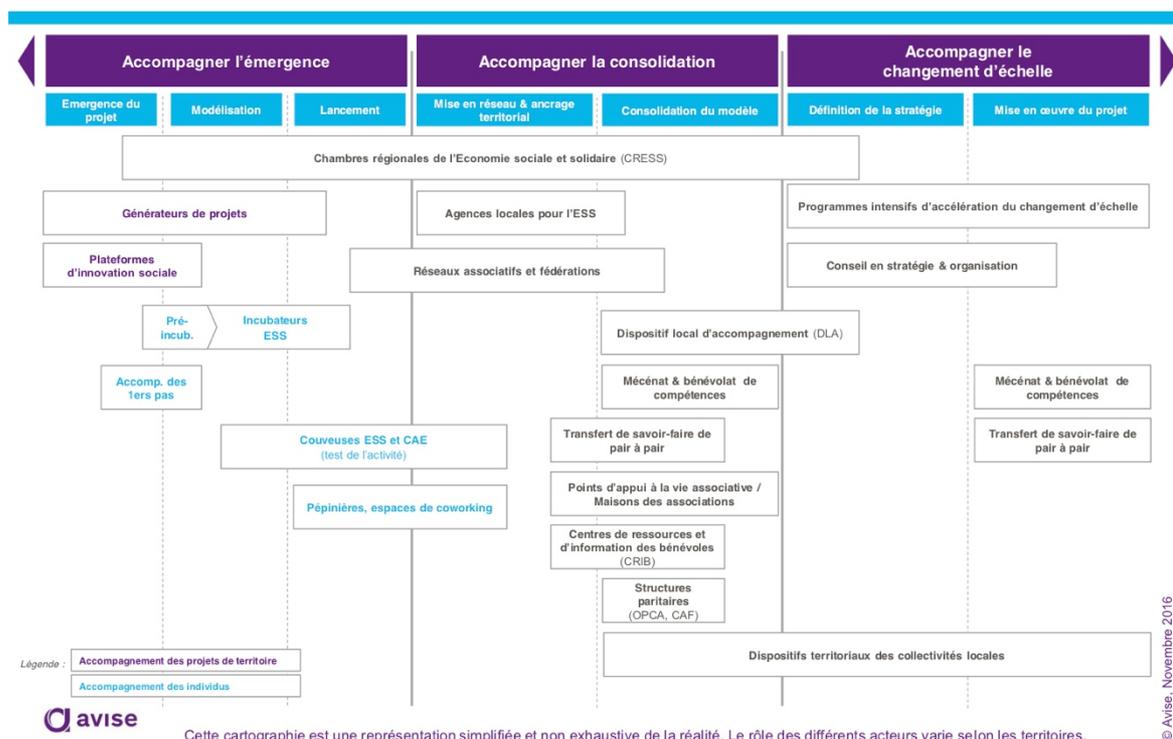
---

<sup>64</sup> Légi France le service public de la diffusion du droit [en ligne] [consulté le 20 mai 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029313296&categorieLien=id>.



En somme, l'ESS et ses acteurs proposent des dispositifs répondant à chaque étape de la création d'entreprise ainsi qu'aux besoins des populations, des porteur·euse·s de projet et du territoire.

## CARTOGRAPHIE DES DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT DE L'ÉMERGENCE AU CHANGEMENT D'ÉCHELLE DES ENTREPRISES SOCIALES



### Schéma 2. Cartographie des dispositifs d'accompagnement

De l'émergence au changement d'échelle des entreprises sociales. Source : l'Avise<sup>67</sup>

De plus, nous observons l'apparition de plus en plus d'appels à projets pour des fondations et/ou des labels d'ESS. Ce modèle entrepreneurial, qu'il soit porté seul ou à plusieurs, produit un collectif grâce à l'accompagnement et aux valeurs attachées à la création d'une communauté. Ces acteurs produisent des collectifs et le collectif produit à son tour. Cette conception de l'entrepreneuriat permet de sécuriser les projets et de rassurer les porteur·euse·s grâce au

<sup>67</sup> Avise Portail du développement de l'économie social et solidaire, Cartographie de l'accompagnement [disponible en ligne] [consulté le 25 mai 2018], disponible à l'adresse : <https://www.avise.org/entreprendre/se-faire-accompagner/cartographie-de-laccompagnement>.

collectif et à la notion d'appartenance à un groupe. Il y a très peu d'études sur la plus-value que produit le collectif sur son environnement.

Néanmoins, l'ESS n'apporte pas encore de solution en collectif par rapport à la reprise d'entreprise (entreprise familiale, exploitation agricole, etc.) alors que de plus en plus de projets veulent se constituer en coopérative et être porteur de valeurs fortes. Prenons le cas d'Un café des possibles qui est un café, épicerie, restaurant à Guipel. Ce projet a été accompagné par l'incubateur TAg35 en Ille-et-Vilaine. Les trois porteurs de projet sont arrivés par hasard en Bretagne et ont eu envie de redynamiser un bourg de campagne comme il l'était il y a quelques décennies. Ces trois personnes ont voulu intégrer dans le projet et la gouvernance les élus locaux, les habitants de la petite ville ainsi que tout individu motivé. Aujourd'hui, la mairie de Guipel est sociétaire d'Un café des possibles. Il y a aussi l'exemple d'une ferme auberge à Guignen dont les propriétaires désirent prendre leur retraite. Pour cela, un collectif s'est constitué pour reprendre cette ferme et développer d'autres activités : permaculture, activités socioculturelles avec les écoles, associations, etc. De nouveaux modèles économiques et de gouvernance surgissent avec de plus en plus d'hybridation entre les ressources financières, les partenariats, les profils des porteur·euse·s de projet.

Les réseaux apportent des solutions aux femmes, mais très peu en matière de reprise. Il existe des aides pour ces dernières pour la reprise d'un fond de commerce. Cependant, ceci n'est pas assez encourageant ; le taux de reprise est très faible, car cela nécessite un apport personnel important. Enfin, du côté du modèle conventionnel de la création d'entreprise, il existe peu ou prou d'aide pour la reprise d'entreprise. Les cabinets privés d'avocat ou d'affaires ne s'intéressent qu'aux entreprises qui ont une valorisation supérieure à 500 000 euros afin de demander des honoraires pour leurs conseils et études. La reprise est donc liée structurellement à la taille de l'entreprise.

Lors de la seconde partie, nous allons présenter notre travail qui a porté plus spécifiquement sur les associations et les clubs féminin d'accompagnement à la création d'entreprise. Nous présenterons les méthodes utilisées, le contexte de l'étude et une analyse des données. Dans le but de relever des profils et des caractéristiques d'après les femmes de notre échantillon.

## Partie 2 : Le rôle des organismes d'accompagnement féminin dans la création d'entreprise.

### Chapitre 1 : Terrain d'étude

#### 1.1. Méthodologie

L'étude exploratoire dont relève cette enquête est l'initiative de la professeure Rosario Rodríguez Díaz<sup>68</sup> de l'Université de Séville (Universidad de Sevilla). Elle s'intitule *Los Social Media herramientas de inmersión y promoción digital del empresariado femenino. Estudio comparativo a nivel internacional*<sup>69</sup>. Premièrement, l'intérêt de ce travail était de donner une vision générale des profils des femmes entrepreneures. Ensuite, son objectif était de faire ressortir les différences et les similitudes qui existent dans l'entrepreneuriat féminin (entre l'Espagne et la France<sup>70</sup>), notamment par rapport à l'utilisation des réseaux sociaux dans la gestion de ces entreprises. Nous cherchons à observer la digitalisation de l'entrepreneuriat féminin selon différents profils (âge, état civil, avec ou sans charge, niveau d'éducation scolaire, etc.), environnements géographiques (à l'échelle des régions/*comunidades*), secteurs économiques et facteurs contextuels (motivationnels), susceptibles de favoriser ou freiner l'adhésion aux « *social media* » (médias sociaux). Nous essayons d'identifier le processus d'adoption du marketing des médias sociaux, en particulier les réseaux sociaux numériques, au sein des petites et moyennes entreprises<sup>71</sup> dirigées par des femmes (toujours dans le but d'établir une analyse comparative de l'entrepreneuriat féminin espagnol et français).

---

<sup>68</sup> J'ai fait la rencontre de Rosario Rodríguez Díaz lors de mon échange Erasmus à l'Université de Séville (2015-2016), dont l'enseignement était la sociologie du travail. Nous nous sommes très bien entendues, et elle m'a proposé de l'aider pour un futur projet d'étude entre la France et l'Espagne. Elle m'a recontacté plusieurs mois après mon retour en France, en décembre 2016, pour me proposer à nouveau de collaborer avec elle sur cette étude. J'ai eu carte blanche pour l'étude exploratoire en France. En effet, Rosario avait besoin d'une personne sachant parler le français et connaissant le fonctionnement des organisations d'aide à la création féminine en France pour réaliser un travail semblable à celui qu'elle réalise en Espagne.

<sup>69</sup> Les réseaux sociaux, outils d'immersion et de promotion numérique de l'entrepreneuriat féminin. Étude comparative au niveau international. Traduction personnelle.

<sup>70</sup> En premier lieu, il s'agissait de travailler dans le contexte de l'Espagne et de la France, puis après plusieurs mois, un partenariat s'est développé avec une université italienne.

<sup>71</sup> En France, nous parlerons de PME (petites et moyennes entreprises) et en Espagne, de PYMES (*pequeñas y medianas empresas*).

## Contexte politico-institutionnel<sup>72</sup>

Cette étude s'inscrit dans la lignée des politiques développées par l'Union européenne autour de la Stratégie 2020, dont l'un des principaux objectifs est de favoriser l'économie au moyen d'avantages économiques et sociaux permis par le marché unique du numérique. Dès 2010, la vice-présidente de la Commission européenne, Neelie Kroes, annonce l'initiative de l'Agenda Numérique pour l'Europe (ADE), dont l'objectif est la réalisation d'un plan matérialisant l'ensemble du futur potentiel numérique de l'Europe. Tout cela afin d'initier la configuration d'une société numérique qui devra obtenir une croissance durable et inclusive, en plus d'offrir de meilleures conditions à toute la population européenne à l'horizon de 2020. La feuille de route du numérique en France 2012-2020 se concrétise à travers deux stratégies : l'Agenda Numérique – France Europe 2020 et la proposition d'une politique industrielle qui complète la Stratégie numérique, toutes deux publiées en 2013<sup>73</sup>. En février de la même année, l'Espagne adopte l'Agenda Numérique « Agenda Digital ». Cet agenda a pour objectif de maximiser l'impact des politiques publiques pour la transformation et la modernisation de l'économie et de la société grâce à une utilisation efficace et importante des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) par la population, les entreprises et les administrations, et ce, à un moment où de nombreuses entreprises dirigées par des femmes sont en train d'accéder et de s'adapter aux TIC, en particulier à Internet.

De plus, un nouveau paradigme de communication s'est déjà établi et rompt les barrières entre émetteur et récepteur : les réseaux sociaux ou les communautés virtuelles. Ces entreprises sentent la nécessité de prendre le train des nouvelles formes de communication sociale comme instrument indispensable pour ce nouveau cadre global, compétitif et axé sur la mise en relation. Dans le cadre de ce travail, notre hypothèse serait que les réseaux sociaux, comme nouvelle plateforme de communication au sein du monde économique, se révèlent comme des instruments ayant un profond potentiel de changement, non seulement un changement purement technologique – du passage de l'analogique au numérique –, sinon une transformation culturelle

---

<sup>72</sup> Issu de l'étude en collaboration avec Rosario Rodríguez Díaz, *Los Social Media herramientas de inmersión y promoción digital del empresariado femenino. Estudio comparativo a nivel internacional*.

<sup>73</sup> France Europe 2020 : l'agenda stratégique pour la recherche, le transfert et l'innovation. In Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation [en ligne]. Disponible à l'adresse : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid71873/france-europe-2020-l-agenda-strategique-pour-la-recherche-le-transfert-et-l-innovation.html>.

qui pourrait se développer autour de deux aspects (inclusif/exclusif) au sein de l'entrepreneuriat féminin.

Ainsi, par cette étude, nous espérons recueillir l'expérience des femmes entrepreneures par rapport à l'utilisation des réseaux sociaux virtuels (*social media marketing*) dans la gestion de leur entreprise afin d'en évaluer les avantages et bénéfices, ainsi que les barrières professionnelles et personnelles. Les informations recueillies dans le cadre de cette enquête permettront d'obtenir une connaissance précise du processus d'intégration récent des nouvelles technologies dans le milieu de l'entrepreneuriat. Cette enquête apportera ainsi des éléments de réflexion pour favoriser la création et la gestion d'entreprise chez la population féminine, mais elle permettra aussi de connaître l'impact du numérique et des TIC sur la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Autrement dit, il s'agit de poser la question du rôle des TIC dans les choix motivationnels de création d'entreprise pour une femme.

L'enquête de terrain est composée de deux parties. La première a pris la forme d'un questionnaire en ligne (Google Forms)<sup>74</sup> qualitatif et quantitatif, destiné aux membres des différentes organisations. Puis, nous avons utilisé la méthode de l'entretien semi-directif pour nous entretenir avec certaines des responsables de structures d'accompagnement. Le questionnaire a permis de recueillir des renseignements variés : âge, état civil, composition du ménage, région/département, niveau de formation scolaire, type d'entreprise, habitudes concernant l'utilisation des TIC, etc. Quant à la grille d'entretien semi-directif destinée aux responsables, celle-ci nous a permis d'obtenir des avis généraux de la part des femmes accompagnées au sein des structures. Autrement dit, le questionnaire nous donne la vision de chaque femme interrogée actuellement en processus de création d'entreprise. En outre, l'entretien transmet les observations constatées par les personnes qui accompagnent ces femmes créatrices d'entreprise.

---

<sup>74</sup> Femmes Entrepreneurs [en ligne][consulté en janvier 2017], disponible à l'adresse : [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeR4KTPcj71ycQ8fw11Pct17bqfBV\\_2ECAfZPeF2O\\_lyMvrAw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeR4KTPcj71ycQ8fw11Pct17bqfBV_2ECAfZPeF2O_lyMvrAw/viewform?usp=sf_link).

### Présentation du questionnaire

Le questionnaire s'intitule FEMMES ENTREPRENEURES et contient trente-quatre questions, réparties en deux chapitres : données sociodémographiques et données de l'entreprise. Les données sociodémographiques comprennent les douze premières questions du questionnaire. Le second chapitre est composé des vingt-quatre questions restantes (à partir de la treizième question). Le questionnaire est composé à la fois de variables qualitatives et quantitatives. Ce dernier a été publié au cours de l'année 2017, plus précisément entre février et juin. Par la suite, le questionnaire est demeuré en ligne, bien que le nombre de réponses stagnait. Lorsque nous faisons référence au mois de février 2017, il s'agit de la date à laquelle nous avons pris contact avec les associations et clubs par mail. À cette période, un courriel présentant l'équipe de recherche, l'étude, les objectifs et l'intérêt porté aux organismes contactés a été envoyé à une soixantaine d'associations/clubs.

Ci-dessous un extrait du mail envoyé aux associations/clubs expliquant l'intérêt de les contacter :

Nous vous contactons, car nous portons un vif intérêt à votre association. Effectivement, votre association a pour objectif d'aider et de soutenir notamment les femmes souhaitant entreprendre et créer leur propre entreprise. Compte tenu des missions de votre association, vous entretenez un lien étroit et particulier avec les femmes entrepreneures en France. Pour cela, le regard que porte votre association sur les femmes entrepreneures ainsi que vos constatations et conclusions nous intéressent. Nous aimerions donc réaliser un entretien sociologique (pouvant être réalisé lors d'un rendez-vous physique, via Skype, ou téléphonique) avec vous-même ou un membre responsable de votre association.

De plus, nous leur avons demandé dans ce même mail si nous pouvions nous entretenir avec un ou une responsable (généralement, ces associations sont constituées de responsables féminins) de la structure et transmettre le questionnaire à leurs membres – les deux requêtes étant indépendantes. Nous avons reçu une dizaine de réponses positives pour la diffusion du questionnaire à leurs membres, par mail ou newsletter, ou en le publiant sur un blog ou le site web de la structure. Parmi ces réponses, une membre de l'association Andere Nahia a proposé, après avoir répondu au questionnaire, de le diffuser au sein de deux autres réseaux : la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Pau et le Club Initiatives Solidaires Saragosse.

### Présentation de la grille d'entretien semi-directif

L'intérêt pour nous de réaliser des entretiens qualitatifs avec les responsables de ce type de structure était la recherche de similitudes entre le discours de ces dernières et la manière dont se perçoivent les femmes accompagnées. Étant donné que les coordinatrices, formatrices ou responsables de ces organismes sont le plus souvent dirigeantes d'entreprise, elles mènent très fréquemment plusieurs activités et/ou mandats à la fois. Notre grille d'entretien était organisée de manière à découvrir le travail des structures interrogées ainsi que les observations des responsables sur les thèmes choisis au préalable (par nos soins). Pour cela, la grille commence avec un bloc d'introduction où nous nous intéressons à la structure à travers son action et ses objectifs, ceci dans le but de briser la glace au début de l'entretien. D'ailleurs, chaque interview a commencé par la présentation de l'étude. Ensuite, la grille se divise en quatre thèmes : Accompagnement et suivi des projets ; Profil des porteuses de projet ; Technologies de l'information et de la communication (TIC) ; Utilisation des réseaux sociaux. Nous avons réalisé six entretiens semi-directifs par téléphone et par Skype. Les personnes interrogées représentaient chacune une association ou un club différent dans cinq régions de France. Ci-dessous le tableau récapitulatif des structures et de leur région.

| N° | Nom de la structure             | Région                  |
|----|---------------------------------|-------------------------|
| 1  | Force Femmes                    | Île-de-France           |
| 2  | Femmes de Bretagne              | Bretagne                |
| 3  | Club Normandie Pionnières       | Normandie               |
| 4  | Andere Nahia                    | Nouvelle-Aquitaine      |
| 5  | K'Elles Energies                | Bourgogne-Franche-Comté |
| 6  | Club Entrepreneuriat au Féminin | Île-de-France           |

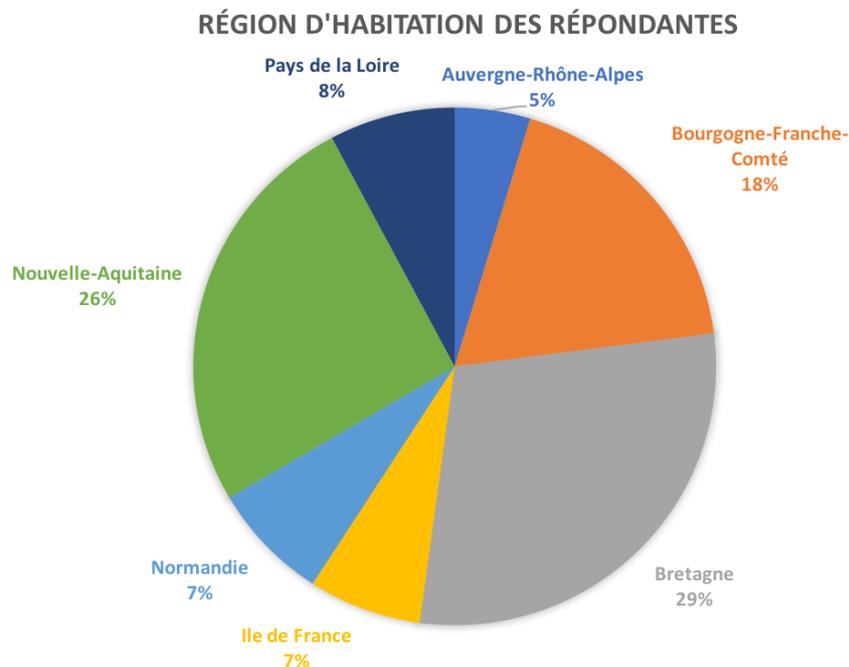
Les entrevues se sont déroulées entre février et avril 2017. Ces entrevues ont ensuite été transcrites (en français), puis traduites en espagnol. Il existe donc une transcription de chaque entretien dans ces deux langues.

## 1.2. Analyse du questionnaire

### Questionnaire en ligne

- Données sociodémographiques

Notre questionnaire contient 260 réponses. Nous avons remarqué que la réalisation d'entretiens semi-directifs a permis l'augmentation considérable du nombre de réponses. En effet, chaque enquêtée nous a demandé à la suite de l'entretien de lui envoyer à nouveau le contenu de l'étude, avec le lien du questionnaire et un visuel afin de le diffuser sur les réseaux sociaux, sur une page internet, une newsletter, un blog ou encore par mail à leurs réseaux.



**Figure 1.** Diagramme à secteur circulaire : Région d'habitation des répondantes

Source : élaboration personnelle.

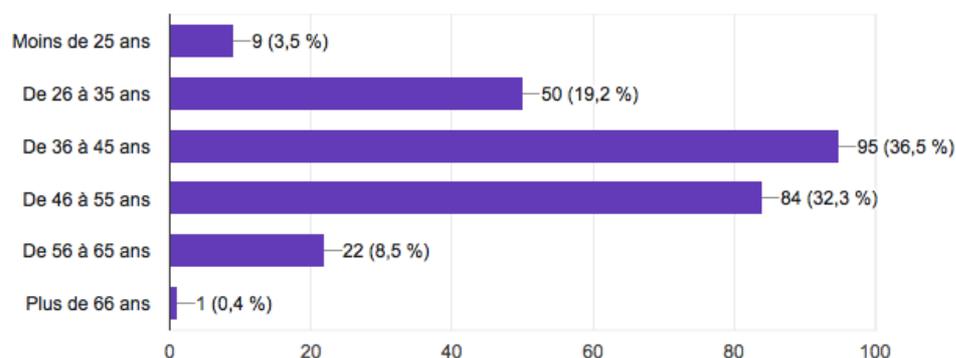
Visuellement, la représentation dominante de trois régions – la Bretagne, la Nouvelle-Aquitaine et la Bourgogne-Franche-Comté – est observable de manière évidente. Elles cumulent 73 %. Nous nous sommes entretenues avec trois structures se trouvant dans chacune de ces régions : Andere Nahia (Nouvelle-Aquitaine), Femmes de Bretagne (Bretagne) et K'Elles Energies (Bourgogne-Franche-Comté). À noter que ces structures sont des associations loi 1901. La première est un collectif d'accompagnement de femmes entrepreneures. La seconde est un réseau social d'entrepreneuriat qui a pour vocation de

favoriser la création et la reprise d'entreprise par les femmes en Bretagne. Puis, K'Elles Energies est un réseau destiné aux femmes, dont l'objectif est de proposer un lieu d'échange et de mutualisation des compétences et de savoir-faire entre dirigeantes et porteuses de projet. À partir du diagramme, nous observons aussi la présence de la Normandie et de l'Île-de-France, où sont localisées les trois autres associations avec qui nous nous sommes entretenues : Club Normandie Pionnières (Normandie), Force Femmes et Club Entrepreneuriat au Féminin (Île-de-France). Néanmoins, nous mettons en exergue le type de structure de ces trois dernières qui sont situées dans des régions où nous avons obtenu 7 % de taux de réponse : deux sur trois sont des Clubs d'entrepreneuriat. Or, la fonction d'un club n'est pas tout à fait la même que celle d'une association ou d'un organisme d'accompagnement à l'entrepreneuriat. L'entrée dans un club se fait par une cotisation plus ou moins importante selon la renommée et le type d'entreprise qui le compose. Il s'agit d'un réseau, payant – parfois sélectif – permettant de créer des contacts entre les dirigeants, ainsi qu'entre ces derniers et les acteurs économiques, institutionnels, politiques. Ensuite, la présence de l'Auvergne-Rhône-Alpes et les Pays de la Loire s'expliquerait selon nous pour la première par la proximité de la Bourgogne-Franche-Comté et pour la deuxième, de la Bretagne et de la Normandie. Elle se trouve au nord de la Nouvelle-Aquitaine ; cependant, nous ne voyons pas de lien de contiguïté, car l'ensemble des réponses de la Nouvelle-Aquitaine proviennent du sud de la région, où intervient l'association Andere Nahia (Pyrénées Atlantiques et les Landes).

En ce qui concerne l'âge, trois catégories sont prépondérantes. La première est celle des 36-45 ans avec 36,5 %, la deuxième, celle des 46-55 ans (32,3 %) et la troisième, avec les 26-35 ans (19,2 %). Sur les 260 réponses, seule une personne a plus de 66 ans.

#### 4/34. ÂGE

260 réponses



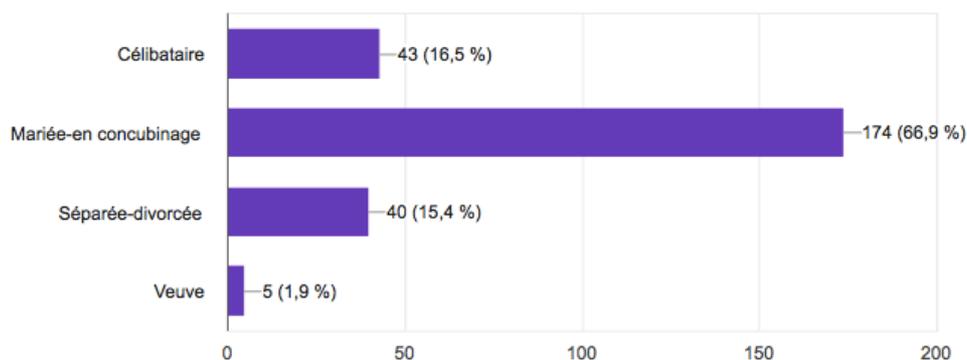
**Figure 2.** Diagramme en barre : catégories d'âges des répondantes. Source : Google Form.

Au cours de l'analyse des entretiens, nous reviendrons sur ce point afin de comparer ces trois catégories et les observations des enquêtées. Néanmoins, nous pouvons ajouter qu'entre les structures interviewées, seule Force Femmes (Île-de-France), d'envergure nationale, accompagne une cible en particulier : les femmes de 45 ans et plus. Après s'être attardé sur ce détail, nous avons regardé la liste des associations avec lesquelles collaborent ou sont suivi les femmes ayant répondu au questionnaire. Le nom de Force Femmes n'apparaît jamais dans cette liste, contrairement aux organismes Dirigeantes actives 77 (association) et Confédération des PME 92 (CPME, syndicat patronal). De plus, 73 % des réponses proviennent de trois régions aux dynamiques, aux populations et aux territoires différents.

Au niveau de l'état civil, les femmes en concubinage ou mariées sont largement majoritaires avec un taux de 66,9 %. Les femmes séparées, divorcées et célibataires sont au même score, à un point près. Cinq femmes entrepreneures sont veuves.

### 5/34. ÉTAT CIVIL

260 réponses



**Figure 3.** Diagramme en barre : état civil des répondantes

Source : Google Form.

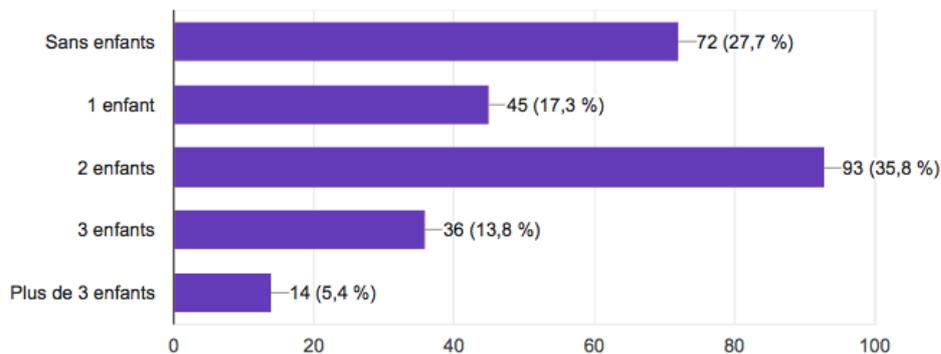
Quant aux enfants, nous observons de même la reproduction d'un certain schéma avec 72 %<sup>75</sup> des entrepreneures qui sont mère d'un ou de plusieurs enfants. Toutefois, soixante-douze personnes n'ont pas d'enfants, soit 27,7 %. Nous aurions tendance à affirmer que ce chiffre correspond aux jeunes femmes (moins de 25 ans et 26-35 ans), car elles sont dorénavant plus diplômées du supérieur. À cela s'ajoute le commencement tardif de la vie professionnelle, ce qui recule conséquemment l'âge du premier enfant. Sans oublier, les

<sup>75</sup> Ce chiffre correspond à la somme des pourcentages des variables suivantes arrondies à l'unité : un enfant (17,3 %), deux enfants (35,8 %), trois enfants (13,8 %), plus de trois enfants (5,4 %). Non arrondi, le résultat est de 72,3 %.

nouvelles questions sociétales et le refus de plus en plus fréquent des jeunes d’avoir un enfant à « n’importe quel prix ». Si l’on cumule le nombre de répondantes de moins de 25 ans jusqu’à 35 ans, le résultat atteint cinquante-neuf réponses. Le nombre de réponses « sans enfants » est de soixante-douze.

### 6/34. ENFANTS

260 réponses



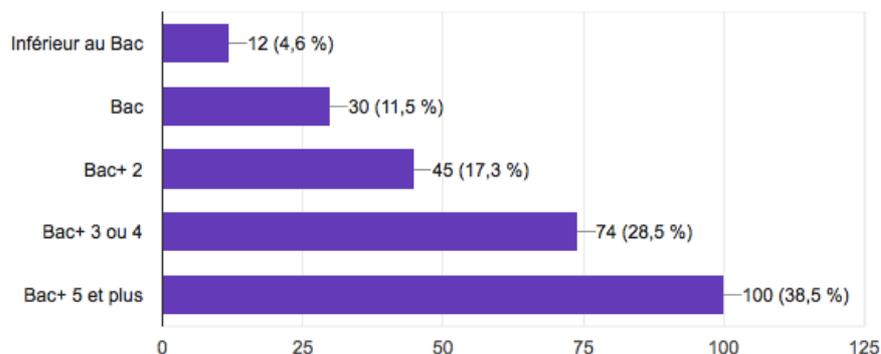
**Figure 4.** Diagramme en barre : enfants ou sans enfants

Source : Google Form.

D’après notre échantillon, la femme entrepreneure type est diplômée de l’enseignement supérieur. En additionnant les variables « Bac +2, Bac +3 ou 4, Bac +5 et plus », nous constatons que 84,3 % des répondantes ont au minimum un diplôme équivalant à un Bac +2. De plus, la variable « Bac +5 et plus » correspond quasiment à la moitié du pourcentage donné avant (38,5 %). Cela revient à affirmer que cent individus sur deux-cent-soixante, soit un peu plus d’une personne sur trois sont diplômées d’un « Bac +5 et plus ».

### 8/34. NIVEAU DE FORMATION

260 réponses



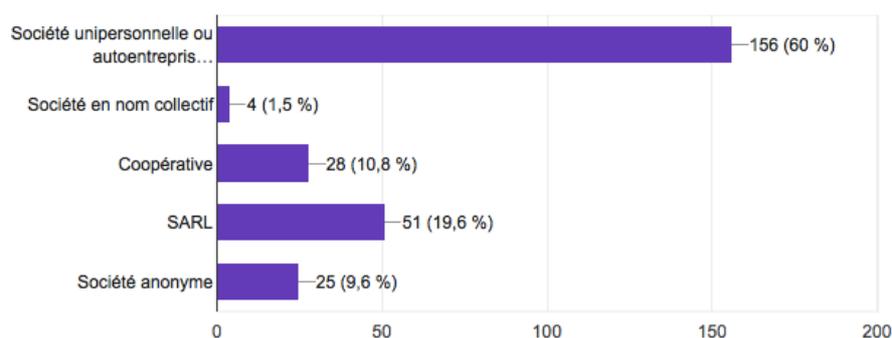
**Figure 4.** Diagramme en barre : niveau de formation (scolaire). Source : Google Form.

- Données sur l'entreprise

Nos enquêtées détiennent généralement une société unipersonnelle ou bien entreprennent sous le statut d'autoentreprise (60 %). Le reste des répondantes (40 %) dirigent des entreprises avec un associé·e ou des associé·e·s (société en nom collectif, coopérative, société à responsabilité limitée, société anonyme).

### 13/34. STATUT JURIDIQUE

260 réponses



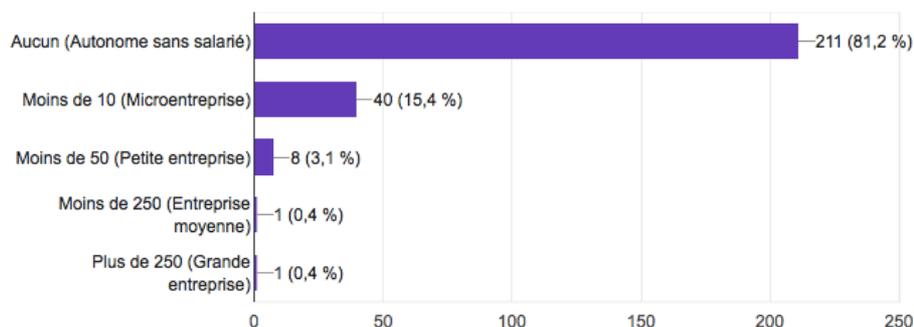
**Figure 5.** Diagramme en barre : statut juridique des entreprises des enquêtées.

Source : Google Form.

Logiquement, nous remarquons que les dirigeantes n'ont pas de salarié·e·s et sont autonomes à hauteur de 81,2 % des réponses. Il y a une corrélation nette entre le statut de l'entreprise et le nombre de salarié·e·s. La variable qui arrive en deuxième position est la suivante : « Moins de 10 salariés (microentreprise). Les répondantes qui possèdent une entreprise comprise dans les Petites et Moyennes Entreprise (PME) ou Grande Entreprise (GE) sont au nombre de dix.

### 16/34. NOMBRE MOYEN DE TRAVAILLEURS OU SALARIÉS

260 réponses



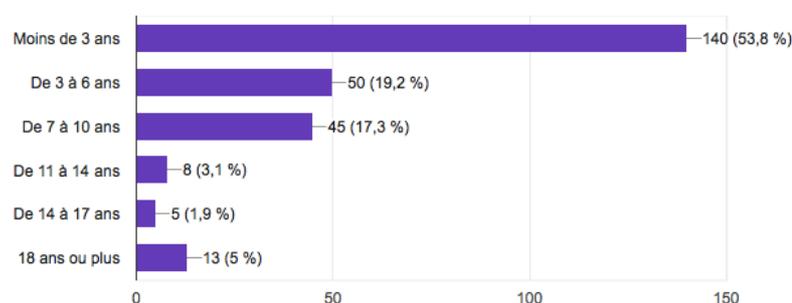
**Figure 6.** Diagramme en barre : nombre moyen de travailleurs ou salariés

Source : Google Form.

Ensuite, nous constatons qu'une entreprise sur deux a moins de trois ans d'existence. Peut-être que les femmes dirigeantes de jeunes entreprises sont encore suivies par un organisme d'accompagnement à la création. De plus, presque 40 % des entreprises ont entre trois et dix ans d'existence, alors que les trois premières années sont les plus difficiles à passer pour l'entreprise et le ou la dirigeante. Toutefois, un chiffre nous surprend ; en cumulant trois variables d'années « de 11 à 14 ans, de 14 à 17 ans, 18 ans ou plus », le résultat est égal à 10 %. C'est-à-dire que 10 % des répondantes dirigent leur entreprise depuis au moins onze ans. Preuve et illustration de la pérennité des entreprises dirigées par les femmes de cet échantillon.

#### 14/34. ANNÉE DE DÉBUT D'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE

260 réponses



**Figure 7.** Diagramme en barre : début de l'activité entrepreneuriale

Source : Google Form.

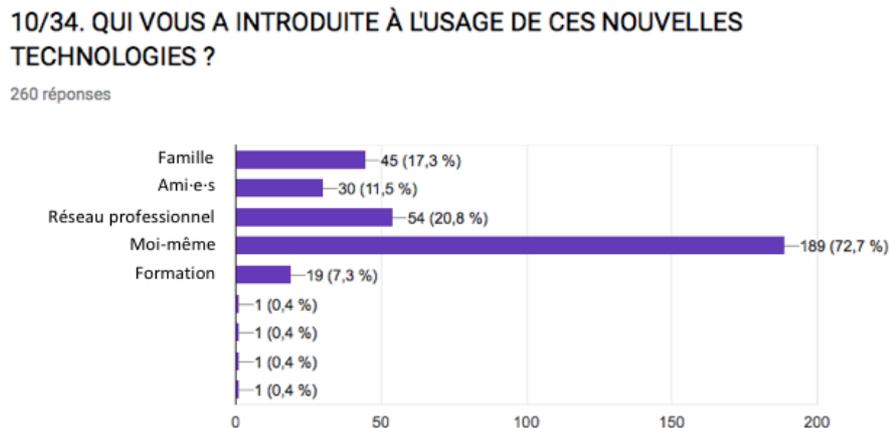
De plus, les trois premiers secteurs d'activité, ou activité principale, qui ressortent et monopolisent environ 60 % de l'activité entrepreneuriale sont les suivants :

- Les services (33,5 %)
- Commerce (13,5 %)
- Consulting ; avocat (13,5 %)

Nous nous sommes aussi attardées sur la question de l'expérience antérieure des entrepreneures. Environ 85 % des enquêtées ont eu une expérience de salariat. Pour quasiment 50 % d'entre elles, l'expérience a eu lieu au sein d'une entreprise d'un autre secteur, alors que 35 % des 85 % enquêtées ayant travaillé comme salariée ont vécu leur expérience dans une entreprise du même secteur que leur activité actuelle. Nous pouvons réaliser des parallèles avec le travail de D'Andria et de Gabarret, en particulier concernant la typologie « opportunité ou transition de carrière » selon laquelle les femmes décident de démissionner de leur emploi et de créer leur entreprise. Cela est souvent le cas pour des raisons liées à la mauvaise expérience dans le salariat et à l'impossibilité d'une progression hiérarchique.

- Utilisation des réseaux sociaux

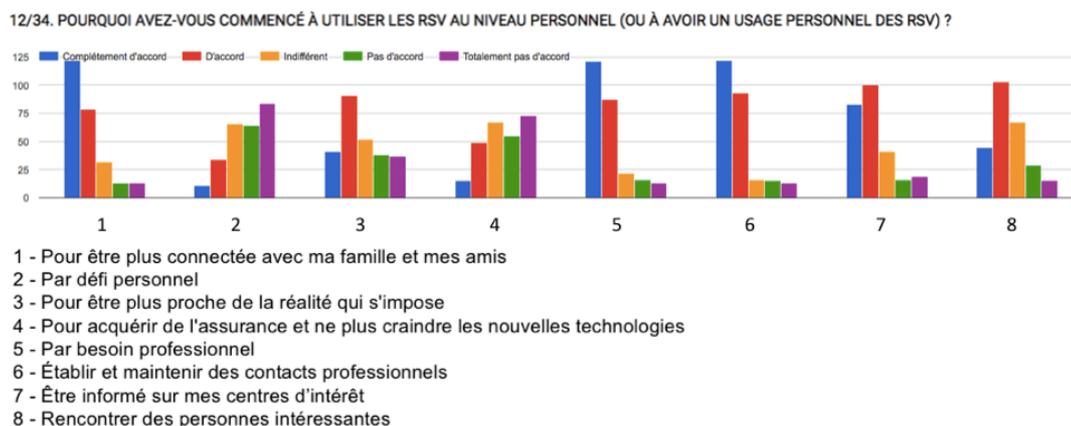
À la question « Qui vous a introduite à l’usage de ces nouvelles technologies ? », 72,7 % des répondantes ont confirmé être elles-mêmes à l’initiative de leur utilisation des réseaux sociaux. Les autres entrepreneures ont été accompagnées par un proche de la famille, des ami·e·s ou encore par leur réseau professionnel.



**Figure 8.** Diagramme en barre : Introduction à l’usage des TIC

Source : Google Form.

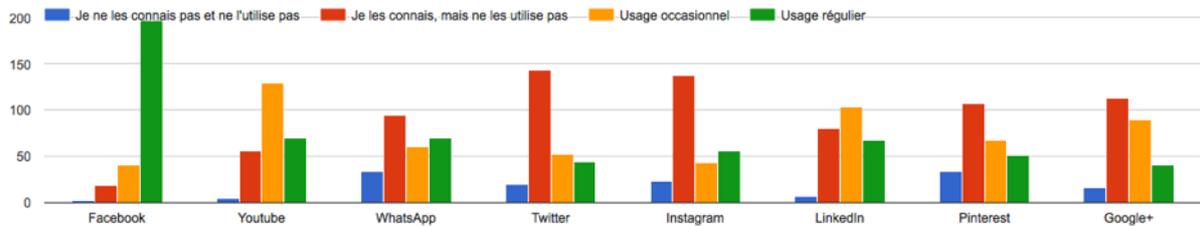
Trois facteurs motivationnels apparaissent : rester connecté avec sa famille et/ou ses ami·e·s ; besoin professionnel ; établir et maintenir des contacts professionnels (numéros 1 ; 5 ; 6 sur le diagramme). D’après cette représentation graphique, il y a deux facteurs motivationnels : le premier étant le fait de rester en contact avec ses proches (sphère privée) et le deuxième, de créer et de maintenir des relations avec le milieu professionnel (collègues, hiérarchie, clients, fournisseurs). Ensuite, nous retrouvons des facteurs comme l’envie d’être informé sur ses centres d’intérêt et le désir de rencontrer de nouvelles personnes (besoin d’accomplissement).



**Figure 9.** Diagramme en barre : facteurs motivationnels. Source : Google Form.

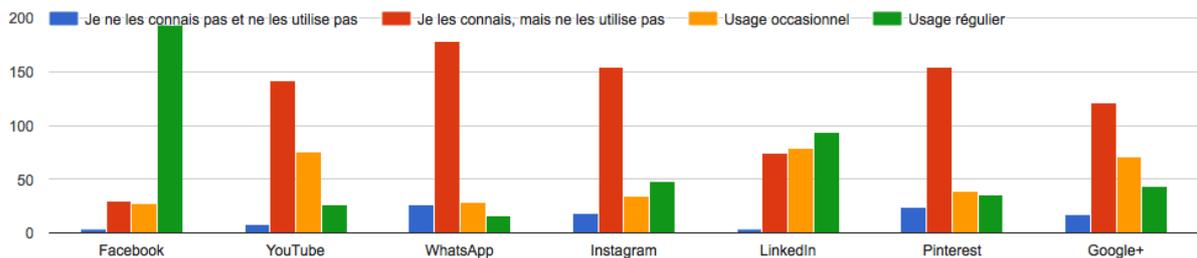
Nous avons choisi de questionner les enquêtées sur leur utilisation des réseaux sociaux, à la fois sur le plan personnel et professionnel. Nous voulons savoir si elles utilisent les mêmes outils dans les sphères informelle et formelle.

#### 9/34. UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS (RSV) SUR LE PLAN PERSONNEL



**Figure 10.** Diagramme en barre : Utilisation des réseaux sociaux virtuels (RSV) au niveau personnel. Source : Google Form.

#### 22/34. RÉSEAUX SOCIAUX QUE VOUS UTILISEZ DANS VOTRE ENTREPRISE



**Figure 11.** Diagramme en barre : Utilisation des RSV au niveau professionnel  
Source : Google Form.

Les deux diagrammes montrent une utilisation élevée de Facebook, aussi bien à la maison qu'au travail. Sur un plan personnel, les trois réseaux virtuels majoritairement utilisés (par ordre croissant) sont Facebook, YouTube et LinkedIn, avec des degrés d'utilisation différents. Sur un plan professionnel, YouTube n'est plus autant utilisé. LinkedIn reste utilisé, mais de manière plus régulière. L'utilisation des réseaux sociaux peut aussi différer selon le secteur d'activité duquel font partie les dirigeantes.

## Chapitre 2 : Résultats et observations

### 2.1. Analyse des entretiens

#### Entretien semi-directif

Pour analyser les entretiens semi-directifs, nous avons choisi d'utiliser la méthode d'analyse utilisée par María Luisa Esteban Salvador; Francisco Javier Pérez Sanz y Ana Gargallo Castel pour l'écriture de leur article sur le rôle des femmes dans les coopératives en ruralité<sup>76</sup>.

D'après les réponses des responsables de structures d'accompagnement que nous avons interviewé, nous remarquons qu'il y a eu un changement générationnel : « des femmes très jeunes qui nous rejoignent à la sortie des études ou après les toutes premières expériences après les études, plutôt haut niveau de qualification de Bac +1 à Bac +5 » (Tableau 1 ; E3). Auparavant, il y avait principalement des seniors (plus de 45 ans) ; certes, aujourd'hui encore, mais les profils d'âge sont plus variés. Trois profils ressortent d'après les réponses : premièrement, des jeunes femmes encore étudiantes ou récemment diplômées ; une deuxième catégorie qui correspondrait aux jeunes mamans ; puis, la troisième comptabilisant les seniors *de type deuxième partie de carrière et qui ambitionnent de faire autre chose que du salariat et qui se lancent dans la création d'une activité à leur compte* (Tableau 1 ; E3), dont les enfants sont souvent déjà partis de la maison. Selon l'enquêtée n°1, 56 % de leurs membres vivent en couple. Un pourcentage assez proche de celui obtenu auprès des répondantes au questionnaire en ligne (66,9 %).

**Tableau 1.** Profils sociodémographiques

|  |  |
|--|--|
| <b>À travers ces dernières années, avez-vous réussi à tracer un profil sociodémographique des femmes entrepreneures ou des femmes porteuses de projet au sein de votre association ?</b> |  |
| <i>E1</i>  | (...) globalement je pense qu'il y a 95 % qui viennent vraiment du salariat et qui sont primo-créatrice, c'est-à-dire qu'elles n'ont jamais créé d'activité avant. On avait 60 % |

<sup>76</sup> ESTEBAN SALVADOR, M.L., PÉREZ SANZ, F.J. y GARGALLO CASTELL, A., Áreas rurales y cooperativas: iniciativas de mujeres para el desarrollo, *Revista de Estudios Cooperativos* [en ligne], Revesco, Primer Cuatrimestre, 2018, N° 127, pp. 116-138. [consulté le 30 mai 2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwit576CpuLbAhWBe8AKHY\\_DARQQFggvMAE&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FREVE%2Farticle%2Fdownload%2F58397%2F52523&usg=AOvVaw0XE79xZFGs5ryw0EKiRQKn](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwit576CpuLbAhWBe8AKHY_DARQQFggvMAE&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FREVE%2Farticle%2Fdownload%2F58397%2F52523&usg=AOvVaw0XE79xZFGs5ryw0EKiRQKn)

|           |  |
|-----------|--|
|           | <p>des femmes accompagnées à la création l'année dernière qui avaient entre 45 et 50 ans. Donc, c'était une fourchette plutôt basse puisque l'âge moyen de nos candidates tous profils confondus est de 52 ans. Le nombre moyen d'enfants à charge est d'un. Quarante-cinq pour cent d'entre elles ont un revenu inférieur à 2 000 €.</p> <p>Sur leur situation personnelle, 56 % de personnes vivent en couple, ce qui est à peu près aligné sur notre moyenne nationale tous profils confondus – vu qu'on a une femme sur deux en couple au national – si on prend toutes nos candidates par an.</p>   |
| <i>E2</i> | <p>Globalement, le plus représenté, ce sera la tranche classique des 30-45 ans. À nouveau, du côté de la cellule familiale, nous avons de tout : des femmes seules, jeunes et moins jeunes.</p>  |
| <i>E3</i> | <p>On est plutôt sur des femmes de tout âge, avec des femmes très jeunes qui nous rejoignent à la sortie des études ou après les toutes premières expériences après les études, plutôt haut niveau de qualification de Bac +1 à Bac +5. On a quelques femmes qui sont dans la quarantaine, mère de famille, mais c'est plutôt rare – un faible échantillon –, qui ont le souci d'avoir toujours un lien avec le travail. Donc pour garder le lien avec le travail pendant l'éducation de leurs enfants, elles créent une activité qu'elles investissent pas forcément à temps plein, mais elles ont une activité professionnelle tout en souplesse où elles peuvent organiser leur temps. Par rapport à ces cas, je n'ai pas de stats, mais je pense qu'on est sur une minorité des adhérentes.</p> <p>Puis, on a une troisième tranche de femmes plutôt seniors, de type deuxième partie de carrière et qui ambitionnent de faire autre chose que du salariat et qui se lancent dans la création d'une activité à leur compte. Ces femmes ont une expérience, une forme de confiance en elles pour pouvoir entreprendre toutes seules, qui ont probablement moins de charges familiales que les plus jeunes, car les enfants sont déjà dans les études, voire même déjà sortis du foyer familial.</p> |
| <i>E4</i> | <p>On était plutôt sur des femmes entre 45 et 55 ans il y a quelques années. Aujourd'hui, cela fait quelques années que l'on constate qu'il y a des jeunes, que je mets dans la catégorie 18-25 ans. On a quelques jeunes qui sont arrivées de moins de 25 ans – très peu – avec un niveau de qualif plus élevé. On le voit, c'est à l'image de la mutation du marché du travail. On a des jeunes femmes qui sont formées, elles ont des Bac +4-5 et qui se disent : « Qu'est-ce que j'ai envie de faire ? Est-ce que je deviens salariée ? »</p> <p>Là, le nombre d'adhérentes augmente avec des niveaux de qualification très élevés et avec aussi l'introduction d'entreprises de prestations de services intellectuels. Alors qu'avant, on était plus sur du commerce, de l'artisanat.</p>   |
| <i>E5</i> | <p>Nous avons quelques jeunes mamans, mais globalement on va dire au-delà de 35/40 ans.</p>  |
| <i>E6</i> | <p>Il y a vraiment une pluralité dans les tranches d'âge. Nous, on s'est dit que si on voulait changer les mentalités, il fallait qu'on touche tous les âges ; presque pour qu'une grand-mère, une mère et une fille puissent se poser la question de l'entrepreneuriat. Vous voyez, il y a des étudiants qui viennent et ma présidente a 71 ans. Je pense qu'on montre bien le lien intergénérationnel.</p>   |

Source : élaboration personnelle.

Par rapport à ce deuxième tableau, nous constatons que les facteurs motivationnels sont liés aux tranches d'âge et, par conséquent, aux cycles de vie. Les jeunes se lancent dans la création pour tester leurs compétences nouvellement acquises, comme une première ou une deuxième expérience. Une enquêtée utilise un terme intéressant pour expliquer son ressenti : (...) *de travailler autrement, avec des valeurs, d'avoir du sens. Elles veulent créer leur boîte pour maîtriser les valeurs qu'elle porte* (Tableau 2 ; E4). Le premier facteur motivationnel des jeunes de moins de 25 ans selon E4 serait la recherche de la conciliation entre emploi et valeurs. Travailler mais pour des valeurs que l'on porte, il y a une recherche d'accomplissement à la fois personnel et professionnel dans son emploi et au quotidien, car la notion de travail elle-même a perdu tout son sens. Ensuite, il y a la catégorie des mampreneures, dont la recherche est la conciliation emploi/famille afin de pouvoir élever ses enfants tout en gardant un pied dans l'emploi et la sphère publique. La catégorie des seniors comprend deux visions, à la fois des femmes qui peuvent se trouver en situation d'épuisement professionnel (*burnout*) : *cela fait souvent suite soit à une rupture de contrat de travail salarié, soit aussi par rapport à une expérience de salariat difficile (...)* (Tableau 2. E4). Ce facteur motivationnel ne permet pas de mettre ce cas au sein d'une des catégories d'idéal-type de D'Andria et Gabarret. L'enquêtée E3 complète le propos de l'enquêtée E4 : (...) *la plus âgée a 58 ans, ce serait dans un souci d'indépendance financière déjà, bon d'indépendance tout court. L'indépendance financière, mais l'indépendance morale en tant que femme, d'individu qui peut subvenir à ses propres besoins. Puis, indépendance morale vis à vis d'une expérience salariée qui ne serait pas forcément bien passée ou qu'elles n'auraient pas été très épanouies ou très heureuses et que l'entrepreneuriat est une garantie de faire les choses à sa façon sans pression morale.* Les seniors entreprennent dans le but de changer de carrière, ou par amertume du salariat.

**Tableau 2.** Facteurs motivationnels pour la création d'entreprise

| <b>Quel serait pour ces femmes, la ou les principale·s motivations pour créer son activité ?</b> |  |
|--|--|
| <i>E1</i>  | On s'adresse à des femmes effectivement, en très grande majorité – 90 % je dirais – qui créent leur emploi déjà dans un premier temps, donc qui créent leur activité propre pour elles, pour être autonomes, elles.  |
| <i>E3</i>  | Pour les <b>jeunes</b> , c'est le souci de vouloir tester des choses, de pouvoir se lancer dans la création comme elles se lanceraient dans un premier emploi. La perception est de se tester en termes de compétences, dans un domaine particulier. Pour les <b>middle</b> , on est plus sur la possibilité de pouvoir garder un lien dans le monde du travail, mais tout en souplesse et d'avoir une pratique, même si elles sont à disposition de leur famille. C'est le côté souple de l'entrepreneuriat. Puis pour les plus âgées, les <b>seniors</b> , même si ce ne |

|    |  |
|----|--|
|    | <p>sont pas forcément des seniors – oui, qui sont peut-être à plus de 45 ans et jusqu’à [...] la plus âgée a 58 ans –, ce serait dans un souci d’indépendance financière déjà, d’indépendance tout court. L’indépendance financière, mais l’indépendance morale en tant que femme, d’individu qui peut subvenir à ses propres besoins. Puis, indépendance morale vis à vis d’une expérience salariée qui ne serait pas forcément bien passée ou qu’elles n’auraient pas été très épanouies ou très heureuses et que l’entrepreneuriat est une garantie de faire les choses à sa façon sans pression morale.</p>                            |
| E4 | <p>Sur les filles que j’identifie qui sont plutôt jeunes, les <b>moins de 25 ans</b>, le font dans une démarche de mutation du marché de l’emploi, de travailler autrement, avec des valeurs, d’avoir du sens. Elles veulent créer leur boîte pour maîtriser les valeurs qu’elle porte.</p> <p>Pour les femmes un peu plus âgées, sur des tranches d’âge de <b>45/55 ans</b>, c’est souvent par défaut. Cela fait souvent suite soit à une rupture de contrat de travail salarié, soit aussi par rapport à une expérience de salariat difficile avec des burnout. Après, sur notre territoire, il y a la question du manque d’emplois.</p> |
| E5 | <p>On est dans l’épanouissement et la conciliation vie privée/professionnelle. On s’aperçoit qu’il y a beaucoup de jeunes mamans qui pensent pouvoir concilier la vie professionnelle et la vie familiale. Nous, nous sommes moins jeunes mamans et on leur dit que ce n’est pas si facile de concilier les deux qu’il n’y paraît : créer une boîte avec des petits.</p>   |

Source : élaboration personnelle.

Ce qui intéresse les associations d’aide et d’accompagnement à la création d’entreprise est l’indépendance financière des femmes, et non la précarisation des femmes. De plus, l’enquêtée de l’association Andere Nahia (Nouvelle-Aquitaine) constate un phénomène récurrent : des entrepreneures qui ont créé depuis quatre/cinq ans et qui n’arrivent pas à se rémunérer, alors qu’elles payent leurs charges à taux plein. Elles ne se trouvent pas en situation de dépôt de bilan ; néanmoins, elles ne font pas assez de chiffre d’affaire pour pouvoir s’assurer un salaire décent. De plus, l’association Force Femmes a réalisé une enquête auprès de ses membres, qui étaient dans le processus de création d’entreprise entre 2011 et 2015. De ce questionnaire est ressorti le résultat de 82 % de création transformée, donc de création effective. En fonction des secteurs d’activité, *75 % d’activité dans les services. Puis, dans le commerce de détail et de bouche, 20 % environ, et 5 % environ d’artisanat. Il y a une majorité très écrasante de services qui n’implique pas d’investissement, avec le service aux entreprises (40 %) – il y a une majorité écrasante – puis le service à la personne (24 %)*<sup>77</sup>. Sur ces 82 % qui ont créé, 80 % d’entre elles ont leur entreprise toujours en activité.

<sup>77</sup> Cf. Annexe entretien n°1.

## 2.2. Résultats et observations

Premièrement, à travers ce travail de terrain, nous nous sommes rendu compte qu'il est compliqué d'apporter des éléments de réponse fiables à une problématique de cette ampleur. En effet, il s'agit d'un travail à réaliser à long terme auprès des associations d'accompagnement à la création d'entreprise pour les femmes. L'établissement de relation sur le long terme garantirait une confiance entre les chercheur·e·s, les accompagnateur·trices et les porteur·euse·s de projet.

Par rapport au questionnaire en ligne ayant été rempli par des femmes accompagnées dans un processus de création d'entreprise et les entretiens semi-directifs réalisés avec six responsables de structures promouvant et accompagnant l'entrepreneuriat féminin, nous pouvons affirmer de nombreuses corrélations parmi les résultats. Dès à présent, il est possible d'affirmer en lien avec notre échantillon qu'il existe trois catégories d'entrepreneures : 1) les jeunes ; 2) les (jeunes) mamans ; 3) les seniors. La catégorie des jeunes femmes connaît une variation de la tranche d'âge selon les répondantes et enquêtées. La catégorie des jeunes femmes correspond aux 26-35 ans. D'après les autres résultats, il s'agirait de jeunes femmes diplômées de l'enseignement supérieur depuis peu de temps. Elles ont probablement connu une (courte) expérience dans le salariat avant de vouloir se tester à travers la création d'entreprise, non seulement pour valider leurs connaissances, mais aussi trouver un moteur pour être en accord avec ses valeurs. Elle n'aura pas à compartimenter sa ou ses vies. La deuxième catégorie, celle des mamans, entre complètement dans l'idéal-type « conciliation travail-famille » des auteures D'Andria et Gabarret. Enfin, les seniors (45 ans et plus) représentent 32 % de l'échantillon.

Sur l'ensemble de l'échantillon (deux-cent-soixante individus), environ 84 % des femmes sont diplômées de l'enseignement supérieur, les diplômes allant de Bac +2 à Bac +5 et plus. Si nous additionnons ce résultat avec le pourcentage de femmes ayant le baccalauréat, alors le score est d'environ 96 %. Bien que notre échantillon comprenne des individus ayant moins de 25 ans jusqu'à plus de 66 ans, nous constatons un niveau scolaire supérieur à l'hypothèse que nous aurions pu établir avant le commencement de cette étude. Les femmes qui entreprennent et se font accompagner au sein de ce type de structure sont donc des femmes très diplômées.

De plus, 60 % de nos répondantes ont une entreprise unipersonnelle, ou un statut d'autoentrepreneure. Cela confirme aussi que les femmes entrepreneures cherchent dans un premier temps à créer leur activité, leur emploi. Par la suite, si elles en ont la possibilité, elles créent des postes et font du recrutement. Néanmoins, malgré le fait d'entreprendre seule, ces femmes se sont toutes tournées vers un ou plusieurs réseaux d'accompagnement et de promotion de l'entrepreneuriat féminin. En effet, elles y retrouvent une communauté, un groupe. Le poids du collectif influence beaucoup la réussite d'un projet d'entreprise, en particulier dans l'entrepreneuriat féminin. Lorsque nous parlons de collectif, nous pensons aussi au rôle de la famille et des proches de la porteuse de projet. Lors d'un entretien téléphonique, l'une des enquêtées a souligné l'importance du rôle du conjoint ou de la conjointe dans le processus de création. Elle disait même qu'une femme qui n'a pas le soutien de sa famille, et en particulier de son conjoint ou de sa conjointe, ne tentera pas l'expérience, elle préférera renoncer. Enfin, d'après notre échantillon, les femmes entreprennent principalement pour quitter le salariat.

## Conclusion

Au commencement de ce travail, nous avons voulu nous intéresser à la complexité de l'entrepreneuriat féminin. Nous nous sommes vite rendu compte que ce thème est très dense, car il concerne une multitude de disciplines : économie, gestion, management, psychologie, sociologie, études de genre... Nous avons opté pour une analyse sociologique en lien avec les questions de genre. Puis, au sein de l'entrepreneuriat féminin, nous avons choisi de nous focaliser sur la question de l'accompagnement des femmes créatrices. Les femmes accompagnées s'inscrivent majoritairement dans un processus de création d'entreprise par logique émancipatrice, que celle-ci soit d'ordre financier, moral ou social. Ceci explique l'accompagnement spécifique de l'entrepreneuriat féminin.

Sur le plan théorique, nous avons voulu observer si les idéaux-types proposés par D'Andria et Gabarret pouvaient s'appliquer à notre étude de terrain et, ainsi, vérifier et démontrer s'ils pouvaient exclure d'autres profils atypiques et phénomènes d'entrepreneuriat. Nous avons trouvé pertinent l'approche de D'Andria et Gabarret avec leur article *Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine*. Pour cela, nous voulions faire évoluer dans la continuité de leur propos la question des idéaux-types et des typologies. L'accompagnement ne peut pas se cantonner à des spécificités, car il accentue les différences entre un modèle d'entrepreneuriat masculin et un modèle féminin. Cependant, il se doit de prévoir et de proposer des modules destinés aux créatrices qui ont des parcours et des histoires de vie pluriels. De plus, ce travail marque l'importance de prendre en compte le genre dans les études sur l'entrepreneuriat, qu'il soit dit masculin ou féminin. En effet, ceci permet de déconstruire toutes les idées préconçues et les habitus que nous avons toutes et tous. La considération du genre dans le cadre de ce type de travaux, tout comme au sein d'environnements professionnels tels que l'accompagnement, est une solution pour dépasser la dichotomie homme/femme. Elle permettra une fois dépassée de s'intéresser à d'autres sujets plus importants et hypothétiquement communs aux femmes et aux hommes. Il ne faut pas oublier que chaque personne reproduit dans une certaine mesure ce qu'elle entend, perçoit ou ressent. Même dans le contexte de l'accompagnement, des individus peuvent être conditionnés et influencés par leur environnement ou leur condition à tel poste de travail. Ce qui conduit à la répétition de schémas au sein de structures, d'entreprise et, plus largement, de divers environnements.

Néanmoins, ce travail présente un certain nombre de limites. Nous avons contacté à la fois des associations d'accompagnement à l'entrepreneuriat féminin ainsi que des clubs d'entrepreneures. Au sein même de ces associations, il existe des différences au niveau des discours, des formations, de l'accompagnement et des cibles. De plus, les associations d'accompagnement et les clubs d'entrepreneuriat n'ont pas forcément les mêmes missions et les mêmes enjeux. Selon nous, il serait intéressant d'établir un cahier des charges plus spécifique pour la sélection des associations et de croiser à la fois ces dernières avec des structures d'accompagnement de l'ESS. Tout aussi pertinent pourrait être une revue de la littérature sur l'ensemble des types d'accompagnement à l'entrepreneuriat féminin : financier, social, solidaire. Dans ce cadre, il serait utile de réaliser une étude approfondie sur la place et le rôle de la famille, du conjoint ou de la conjointe dans le processus de création.

## Bibliographie

### OUVRAGE

- CHAUVIN, Pierre-Marie, GROSSETTI, Michel, ZALIO, Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat [en ligne]*, Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014 [consulté le 5 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat--9782724616408.htm>.
- CONSTANTINIDIS, C., « Femmes entrepreneures », in Pierre-Marie Chauvin *et al.*, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014.
- DUCHENEAUT, Bertrand, ORHAN, Muriel, *Les Femmes entrepreneurs en France*, Paris : Editions Seli Arslan, 2000.
- Groupe d'études sur la division sociale et sexuelle du travail du CNRS et de l'Université de Paris VIII, *Dictionnaire critique du féminisme*, Paris : Presses universitaires de France, 2000.
- MARUANI, Margaret, *Travail et genre dans le monde. L'état des savoirs [en ligne]*, Paris : La Découverte, 2013 [consulté le 5 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/travail-et-genre-dans-le-monde--9782707174567.htm>.
- PAUGAM, Serge, *Les 100 mots de la sociologie [en ligne]*. Presses universitaires de France, « Que sais-je ? », 2010 [consulté le 3 mai 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/les-100-mots-de-la-sociologie--9782130574057.htm>.
- RODRIGUEZ DIAZ, Rosario, *Empresas con rostro Firms familiares sevillanas*, Séville : Universidad de Sevilla, Secretariado de publicaciones, 2011.
- YADAV, V., UNNI, J., Women entrepreneurship: research review and future directions, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2016.

### REVUE

#### Entrepreneuriat féminin

- ALEXANDRE, Laurice, Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre, *Revue de l'Entrepreneuriat [en ligne]*, 2016/3 (vol. 15), Paris : De Boeck Supérieur, [consulté le 5 février 2018]. URL : <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2016-3-p-109.htm>.
- BOURGAIN, Marina, CHAUDAT, Pierre, Vie professionnelle et maternité : représentations comparées de jeunes entrepreneures et cadres en TPE et PME en croissance, *Revue de l'Entrepreneuriat [en ligne]* 2015/2 (vol. 14), Paris : De Boeck

Supérieur, [consulté le 5 février 2018]. URL : [https://www.cairn.info/resume.php?download=1&ID\\_ARTICLE=ENTRE\\_142\\_0083](https://www.cairn.info/resume.php?download=1&ID_ARTICLE=ENTRE_142_0083).

- CHAUDAT, Pierre, BOURGAIN, Marina, METZ, Kevin, Reconciling entrepreneurship with motherhood in France, *Recherches en Sciences de Gestion* [en ligne], 2016/6 (n° 117), Lyon : ISEOR, [consulté le 5 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-recherches-en-sciences-de-gestion-2016-6-page-87.htm>.
- CONSTANTINIDIS, Christina, Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures, *Revue française de gestion* [en ligne], 2010/3 (n° 202) [consulté le 10 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-francaise-de-gestion-2010-3-page-127.htm>.
- CORNET, Annie, CONSTANTINIDIS, Christina, Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées, *Revue française de gestion* [en ligne], 2004/4 (n° 151) [consulté le 10 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-francaise-de-gestion-2004-4-page-191.htm>.
- D'ANDRIA, Aude, GABARRET, Inès, Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne] 2016/3 (vol. 15), Paris : De Boeck supérieur [consulté le 8 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2016-3-page-87.htm>.
- FOUQUET, Annie, Les femmes chefs d'entreprise : le cas français, *Travail, genre et sociétés* [en ligne], 2005/1 (n° 13) [consulté le 10 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-travail-genre-et-societes-2005-1-page-31.htm>.
- LÉGER-JARNIOU, Catherine *et al.*, Research on Women Entrepreneurs : Putting the French-speaking Perspective into Context, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2015/2 (vol. 14), [consulté le 5 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2015-2-page-7.htm>.
- PAILOT, Philippe *et al.*, Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2015/2 (vol. 14) [consulté le 5 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2015-2-page-31.htm>.
- REDIEN-COLLOT, Renaud, O'SHEA, Noreen, Battling with institutions: How novice female entrepreneurs contribute to shaping public policy discourse, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2015/2 (vol. 14) [consulté le 10 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2015-2-page-59.htm>.
- TIXIER, Julie, NOTAIS, Amélie, De l'autre côté du périph' : devenir entrepreneure sociale à la cité des 4000, *La Revue des Sciences de Gestion* [en ligne], 2015/3

(n° 273-274) [consulté le 10 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-des-sciences-de-gestion-2015-3-page-109.htm>.

- TONDU-MELIQUE, Florence, L'entrepreneuriat : acte disruptif pour briser le plafond de verre ?, *Géoéconomie* [en ligne], 2016/2 (n° 79) [consulté le 10 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-geoeconomie-2016-2-page-165.htm>.

### **Entrepreneuriat féminin et réseaux sociaux**

- BOUTILLIER, Sophie, Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux, *Humanisme et Entreprise* [en ligne], 2008/5 (n° 290) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-humanisme-et-entreprise-2008-5-page-21.htm>.

### **Entrepreneuriat chez les seniors**

- SAFRAOU, Imen, CASTELLANO, Sylvaine, MAALAOUI, Adnane *et al.*, Singularité du processus entrepreneurial chez les seniors. Un entrepreneuriat social et solidaire, *La Revue des Sciences de Gestion* [en ligne], 2012/3 (n° 255-256) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-des-sciences-de-gestion-2012-3-page-59.htm>.

### **Entreprises familiales**

- LABARDIN, Pierre, ROBIC, Paulette, Épouses et petites entreprises. Permanence du XVIII<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle, *Revue française de gestion* [en ligne] 2008/8 (n° 188-189) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-francaise-de-gestion-2008-8-page-97.htm>.
- ROBIC, Paulette, BARBELIVIEN Dominique, ANTHEAUME, Nicolas, La fabrique de l'entrepreneur familial. Comment des héritiers deviennent entrepreneurs et reprennent la direction d'une entreprise familiale, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2014/3 (vol. 13) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2014-3-page-25.htm>.

### **Introduction à l'entrepreneuriat genré**

- « À propos... », *Innovations* [en ligne], 2017/3 (n° 54) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-innovations-2017-3-page-229.htm>.

### **L'accompagnement à la création d'entreprise**

- LEBEGUE, Typhaine, L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures. Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ?, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne] 2015/2 (vol. 14) [consulté le 12 mars 2018].

URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2015-2-page-109.htm>.

- LÉVY-TADJINE, Thierry, Peut-on modéliser la relation d'accompagnement entrepreneurial ?, *La Revue des Sciences de Gestion* [en ligne] 2011/5 (n° 251) [consulté le 15 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-des-sciences-de-gestion-2011-5-page-83.htm>.

### **Les Mampreneurs/Mompreneurs**

- D'ANDRIA, Aude, Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs. Étude exploratoire de leur dynamique effectuale, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2014/1 (vol. 13) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2014-1-page-11.htm>.
- LANDOUR, Julie, Quand les mères deviennent entrepreneurs : Image et expériences des « Mompreneurs », *Sociétés contemporaines* [en ligne] 2015/2 (n° 98) [consulté le 12 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-societes-contemporaines-2015-2-page-137.htm>.
- RICHOMME-HUET, Katia, VIAL, Virginie, Le mouvement des mampreneurs en France : phénomène féministe libéral ou radical ?, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2017/2 (vol. 17) [consulté le 3 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2017-2-page-123.htm>.

### **Le rôle de la relation de couple dans l'entrepreneuriat féminin**

- LE LOARNE-LEMAIRE, Séverine, Le couple, pilier de l'entrepreneuriat au féminin, *L'Expansion Management Review* [en ligne], 2013/1 (n° 148) [consulté le 5 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-l-expansion-management-review-2013-1-page-109.htm>.
- NIKINA, Anna, LE LOARNE-LEMAIRE, Séverine, SHELTON, Lois M., Le rôle de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin, *Revue de l'Entrepreneuriat* [en ligne], 2012/4 (vol. 11) [consulté le 14 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-de-l-entrepreneuriat-2012-4-page-37.htm>.

### **Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin**

- SANTONI, Juliane, BARTH, Isabelle, Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin : cas d'un centre entrepreneurial au sein d'une business school, *@GRH* [en ligne], 2014/2 (n° 11) [consulté le 7 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-@grh-2014-2-page-81.htm>.

## Panorama de l'entrepreneuriat au niveau international

- ESTEBAN SALVADOR, M.L., PÉREZ SANZ, F.J. y GARGALLO CASTELL, A., Áreas rurales y cooperativas: iniciativas de mujeres para el desarrollo, *Revista de Estudios Cooperativos* [en ligne], Revesco, Primer Cuatrimestre, 2018, No 127, pp. 116-138. [consulté le 30 mai 2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwit576CpuLbAhWBe8AKHY\\_DARQQFggvMAE&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FREVVE%2Farticle%2Fdownload%2F58397%2F52523&sg=AOvVaw0XE79xZFGs5ryw0EKiRQKn](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwit576CpuLbAhWBe8AKHY_DARQQFggvMAE&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FREVVE%2Farticle%2Fdownload%2F58397%2F52523&sg=AOvVaw0XE79xZFGs5ryw0EKiRQKn)
- TAHIR METAICHE, Fatima, BENDIABDELLAH, Abdeslam, Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir !, *Marché et organisations* [en ligne], 2016/2 (n° 26) [consulté le 10 février 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-marche-et-organisations-2016-2-page-219.htm>.
- VENNE, Jean-François, Décryptage d'un attrait croissant, *Gestion* [en ligne], 2017/3 (vol. 42) [consulté le 25 mars 2018]. URL : <https://www-cairn-info.distant.bu.univ-rennes2.fr/revue-gestion-2017-3-page-48.htm>.

## THÈSE

- BRUYAT, Christian, *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation* [en ligne]. Thèse de doctorat : Gestion et management : Université Pierre Mendès-France - Grenoble II : 1993 [consulté le 18 mars 2018]. Disponible à l'adresse : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00011924/document>.

## SITOGRAPHIE

- BECUWE, Maëlle, LELIÈVRE, Pierre, Les 7 vraies ou fausses vérités sur l'entrepreneuriat féminin, in : Chef d'Entreprise [en ligne] [consulté le 4 mars 2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.chefdentreprise.com/Thematique/entrepreneuriat-1024/Breves/Les-vraies-fausses-verites-entrepreneuriat-feminin-234183.htm?recherche=Les%207%20vraies%20ou%20fausses%20vérités%20sur%20l%27entrepreneuriat%20féminin#5wYtZIO5E5mgct0G.97>.
- DE COPPET, Catherine, L'entrepreneuriat des femmes, objet de recherche à Sciences Po, in : EducPros par L'Étudiant [en ligne] [consulté le 20 mars 2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.letudiant.fr/educpros/entretiens/entrepreneuriat-des-femmes-objet-de-recherche-a-sciences-po.html>
- Entrepreneuriat des Femmes, in : Secrétariat d'État chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes [en ligne] [consulté le 23 mars 2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/dossiers/egalite-professionnelle/entrepreneuriat-des-femmes/>.

- GABARRET, Ines, Entreprendre au féminin les enjeux, in : AGDA Ain Geste d'avenir [en ligne] [consulté le 15 février 2018]. Disponible à l'adresse : <http://aingestedavenir.fr/entreprendre-feminin-enjeux/>.
- GENRE !, Lexique, in : Ça fait genre [en ligne] [consulté le 15 mars 2018]. Disponible à l'adresse : <https://cafaitgenre.org/2015/07/20/petit-lexique-du-genre-3-essentialisme-constructivisme-socialisation-de-genre/>.
- GINÉS SANCHEZ, Guillermo, España supera los 19 millones de ocupados por primera vez desde 2009, in: ABC Economía [en ligne] [consulté le 7 avril 2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.abc.es/economia/abci-numero-parados-baja-182600-personas-durante-tercer-trimestre-201710260902\\_noticia.html](http://www.abc.es/economia/abci-numero-parados-baja-182600-personas-durante-tercer-trimestre-201710260902_noticia.html).
- Les 60 réseaux féminins qui comptent dans les régions, in : RH Solutions Portage Salarial [en ligne] [consulté le 15 février 2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.rh-solutions.com/actualites/les-60-reseaux-feminins-qui-comptent-dans-les-regions.html>.
- SÉNAT, Un Site au service du citoyen, Le Secrétariat d'État à la condition féminine [en ligne], [consulté le 7 avril 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.senat.fr/evenement/archives/D35/secretariat.html>.

## Table des annexes

|  |            |
|--|------------|
| <b><u>ANNEXE 1</u></b> : Grille d'entretien semi-directif.....                                   | <b>65</b>  |
| <b><u>ANNEXE 2</u></b> : Tableau récapitulatif de l'échantillon (entretiens semi-directifs)..... | <b>68</b>  |
| <b><u>ANNEXE 3</u></b> : Retranscriptions des entretiens semi-directifs (six) .....              | <b>69</b>  |
| <b><u>ANNEXE 4</u></b> : Questionnaire en ligne .....  | <b>101</b> |

### Annexe 1 : Grille d'entretien semi-directif

| Thèmes  | Questions/relances   |
|---|--|
| <b>Introduction</b> : Présentation de la structure (objectifs, fonction, poste de l'interviewée). | <p>1. – Pourriez-vous me présenter l'action de votre structure, ainsi que votre parcours et votre rôle au sein de cette dernière ?</p> <p>1.2. – Quelles sont les fonctions de votre association ?</p>   |
| <b>Accompagnement et suivi des projets</b>  | <p>2. – En termes de taille et de création d'emploi, acceptez-vous tout type de projet de création d'entreprise ou opérez-vous une sélection en lien avec les critères en question ?</p> <p>2.1. – En général, quel est le projet de vos adhérentes ? Créer son emploi ou bien créer une entreprise avec plusieurs salariés à la clé ?</p> <p>2.2. – Quels types d'entreprise sont créés ?</p> <p>3. – Sur l'ensemble des projets accompagnés, quel serait le taux de réussite ?</p> |
| <b>Profil des porteuses de projet</b>   | <p>4. – Au cours de ces dernières années, avez-vous réussi à tracer un profil sociodémographique des femmes entrepreneures ou des femmes porteuses de projet au sein de votre association ?</p> <p>5. – Pourriez-vous définir les motivations qui mènent à la création d'entreprise (et de son activité) pour chaque tranche d'âge ?</p>   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>5.1. – Quelles sont la ou les principales motivations de ces femmes pour créer leur activité ?</p> <p>6. – Parmi les femmes qui ont créé leur entreprise ou repris une entreprise, pourriez-vous me dire si certaines dirigent des entreprises familiales ?</p> <p>7. – Parmi les personnes qui ont créé leur entreprise, savez-vous si elles ont des associé·e·s ou pas ?</p> <p>8. – À votre avis, la création d’entreprise permet-elle de compenser l’absence d’emploi et/ou de diplôme sur le marché du travail (par rapport aux membres de l’association) ?</p>   |
| <p><b>Technologies de l’information et de la communication (TIC)</b></p> | <p>9. – Pensez-vous que les réseaux sociaux seraient une source de motivation supplémentaire pour les femmes dans le processus de création de leur entreprise ?</p> <p>9.1. – Selon vous, la facilité d’accès aux réseaux sociaux pourrait-elle encourager les femmes à créer leur propre entreprise ?</p> <p>10. – Quelles sont les raisons et les motivations qui amènent ces femmes à utiliser les réseaux sociaux dans un cadre professionnel ?</p> <p>11. – Pensez-vous que les nouvelles technologies de l’information et de la communication aident les femmes à concilier leur vie professionnelle et leur vie privée ?</p> <p>11.1 – Pensez-vous que les réseaux sociaux peuvent aider à concilier la vie professionnelle et la vie privée ?</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>12. – Proposez-vous des temps forts ou des réunions sur le thème des réseaux sociaux ?</p> <p>12.1. – Organisez-vous des ateliers axés sur l'utilisation des réseaux sociaux ?</p> <p>13. – Parmi les membres qui ont participé à ces ateliers, quel était leur niveau de connaissance des réseaux sociaux ?</p>   |
| <p><b>Utilisation des réseaux sociaux</b></p> | <p>14. – Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés par vos membres ?</p> <p>14.1 – Qu'en est-il des autres réseaux sociaux : Twitter, Instagram ?</p> <p>14.2 – LinkedIn ?</p> <p>15. – Est-ce que certaines de vos membres n'utilisent pas les réseaux sociaux ?</p> <p>16. – Pensez-vous que l'utilisation des réseaux sociaux pourrait comporter des risques et des inconvénients à terme ?</p> |

**Annexe 2 : Tableau récapitulatif de l'échantillon (entretiens semi-directifs)**

| <b>Échantillon de l'étude qualitative</b> |                |             |   |   |                             |              |
|---|----------------|-------------|---|---|-----------------------------|--------------|
| <b>N°</b>                                 | <b>Prénoms</b> | <b>Sexe</b> | <b>Fonction</b>   | <b>Profession</b>   | <b>Cadre de l'entretien</b> | <b>Durée</b> |
| 1   | Agathe         | Féminin     | Responsable entrepreneuriat de Force Femmes (Île-de-France)                                     | Salariée de la structure  | Appel téléphonique          | 45 min       |
| 2   | Céline         | Féminin     | Coordinatrice du réseau Femmes de Bretagne (FDB)  | Dirigeante d'entreprise   | Appel téléphonique          | 45 min       |
|   | Virginie       | Féminin     | Coordinatrice Antenne (FDB) Saint-Malo  | Sans emploi (ancienne chargée de mission pour les Nations Unies au Panama) ; Bénévole à FDB |                             |              |
| 3   | Émilie         | Féminin     | Présidente de l'association Club Normandie Pionnière  | Dirigeante - Psychologue du travail   | Appel téléphonique          | 50 min       |
| 4   | Maud           | Féminin     | Adhérente, bénévole d'Andere Nahia (Nouvelle-Aquitaine). Accompagne la structure (prestataire). | Ethnologue-conseil<br>Formatrice<br>Ingénieure en projet                                    | Appel téléphonique          | 1 heure      |
| 5   | Laurence       | Féminin     | Cofondatrice et présidente de l'association K'elles Energies (Bourgogne).                       | Dirigeante et formatrice/consultante  | Skype                       | 35 min       |
| 6   | Murielle       | Féminin     | Vice-présidente d'Entrepreneuriat Au Féminin (Club EAF-Ile de France)                           | Dirigeante et directrice des opérations Accofor   | Appel téléphonique          | 55 min       |

## **Annexe 3 : Retranscriptions des entretiens semi-directifs (six)**

### **Entretien n° 1**

**Date :** 28/02/2017 à 14 h 30

**Enquêtrice :** Flora Querrec

**Enquêtée :** Agathe

**Transcription :** Flora Querrec

**Durée :** 45 minutes

**Moyen de communication :** appel téléphonique

**Flora Querrec : 1. Présentation de l'association : objectifs, fonction principale et poste de l'interviewée.**

Agathe : Force Femmes est une association reconnue d'intérêt général qui existe depuis onze ans maintenant, présente dans onze villes en France et qui accompagne les femmes de plus de 45 ans dans leur démarche de retour à l'emploi salarié ou de création d'activité. Donc, cette démarche d'accompagnement repose sur l'engagement bénévole de personnes expertes et professionnelles, soit des ressources humaines, soit de l'entrepreneuriat. Donc, on a un réseau de 700 bénévoles en France, et chaque candidate se voit proposer ce double accompagnement individuel et collectif, entièrement gratuit et dispensé par cette équipe bénévole dans nos onze antennes.

**2. Comment s'organisent ces événements par exemple lorsque vous parlez d'accompagnement collectif ? Ce sont des réunions ou des journées avec des professionnels ?**

Ce sont ce que – nous – on appelle des ateliers. Globalement, ce sont des demi-journées autour d'une thématique où il y a une transmission d'outils et un apport à la fois théorique et pratique sur la thématique traitée.

**3. D'accord. Donc vous, votre fonction au sein de l'association Force Femmes ?**

Oui, donc moi, je suis responsable entrepreneuriat. Je m'occupe de la cellule justement des femmes qui souhaitent créer leur activité, puisqu'il y a ce double accès, pour les femmes qui souhaitent retrouver un emploi salarié et les femmes qui souhaitent créer leur activité.

**4. Vous vous occupez donc des femmes qui veulent créer leur propre entreprise. Acceptez-vous tout type de projet ? Quels types d'entreprise sont créés ?**

On s'adresse à des femmes effectivement, en très grande majorité – 90 % je dirais – qui créent leur emploi déjà dans un premier temps, donc qui créent leur activité propre pour elles, pour être autonomes, elles. Et puis après, oui, je pense qu'il y a une dizaine de pourcentages. Alors après, si l'activité se développe, évidemment elles recrutent dans un deuxième temps. Mais nous, étant donné qu'on intervient vraiment sur le montage du projet, on n'a pas toujours l'information. On va dire qu'au niveau du projet qu'elles ont généralement, c'est créer leur propre emploi déjà. Et après oui, on en a 10 à 15 % – je pense – qui arrivent avec la volonté de créer une entreprise vraiment et qui va impliquer des recrutements dès le lancement. Mais cela reste une toute petite partie.

### **5. Sur l'ensemble des projets qui ont pu aboutir, est-ce que vous avez un taux de réussite de ces projets de création d'entreprise ?**

Alors un taux de réussite, on ne l'a pas forcément parce qu'il y a des projets qui sont en cours. Justement il y en a qui sont suspendus, puis qui reprennent. Donc, c'est un peu la difficulté d'intervenir sur ce segment du montage de projet, c'est-à-dire que nous on sait ce qu'on leur fournit à chacune. Mais une fois que l'essai est transformé, parfois elles ne viennent déjà plus chez nous ou bien elles interrompent l'accompagnement, parce qu'elles ont des contraintes personnelles et puis elles créent dans un deuxième temps, elles ne nous le disent pas forcément non plus. Donc là ce que je peux partager avec vous, ce sont les résultats d'une enquête post-crédation qu'on a menée l'été dernier. Au niveau du taux de transformation – justement comme vous me le demandiez – de ces femmes qui ont répondu à l'enquête, on avait 82 % de création transformée, donc de création effective. Ensuite, sur les secteurs, on avait 75 % d'activité faite dans les services. Puis, dans le commerce de détail et de bouche, 20 % environ, et 5 % environ d'artisanat. Il y a une majorité très écrasante de services qui n'implique pas d'investissement, avec le service aux entreprises (40 %) – il y a une majorité écrasante – puis le service à la personne (24 %). Ce sont des créations logiques, en tout cas, par rapport aux personnes à qui l'on s'adresse. Ensuite, quelle était votre question initiale, car je m'en suis un peu éloignée.

### **5bis. Je vous demandais si vous pouviez établir un taux de réussite. Disons si la majorité des projets aboutissaient et duraient dans le temps, car c'est très souvent le plus compliqué pour les PME, le fait qu'elles durent dans le temps.**

Sur ces personnes qui nous ont répondu et pour lesquelles 82 % nous disaient que, oui, elles avaient créé, il y avait encore 80 % pour lesquelles l'entreprise était toujours en activité. Sachant qu'on a interrogé des femmes qui avaient créé entre 2011 et 2015.

### **6. Oui, donc il y avait déjà un certain recul.**

Oui, tout à fait. Il y avait des années de recul.

### **7. Il s'agissait d'une première étude que vous avez réalisé ou vous en aviez fait d'autres auparavant ?**

Non, sous cette forme-là, c'est-à-dire l'envoyer à toutes les femmes qui se sont déclarées comme ayant créé auprès de nos services des années plus tard pour pouvoir analyser leur retour

avec ce décalage d'un à quatre ans, c'était la première fois qu'on le faisait. Après ce qu'on a au fur et à mesure, tout au long de l'année, c'est justement les informations de celles qui créent, qui sont en cours d'accompagnement et qui nous disent : « Je me lance et je crée ». Donc là on est à peu près, sur les informations qu'on a, à peu près à 700 créations depuis que la cellule entrepreneuriat existe.

### **7bis. C'est une belle réussite.**

Après, voilà ce qui peut être intéressant. Même si là sur celles qui nous ont répondu, il y a vraiment une majorité écrasante de services – ce qui est aussi logique quelque part –, car on l'a mené cet été (l'enquête). Peut-être que celles qui sont dans les services étaient plus enclines à nous répondre pendant qu'on faisait l'enquête, contrairement à celle qui ont des commerces qui n'ont peut-être pas pris le temps de répondre, parce qu'elles étaient justement en activité. Voyez.

### **8. Votre étude, vous l'avez menée sur un mois, c'est cela ? Le mois d'août ?**

Sur deux mois, on les avait relancés pour essayer d'optimiser les réponses. Mais oui, je crois qu'on l'a fait sur juillet-août effectivement pour pouvoir avoir, dès la rentrée, des éléments tangibles à communiquer à nos partenaires.

### **9. À travers ces dernières années, avez-vous réussi à tracer un profil sociodémographique des femmes entrepreneures ou des femmes porteuses de projet au sein de votre association ?**

Alors au niveau de si elles ont toujours été salariées, globalement je pense qu'il y a 95 % qui viennent vraiment du salariat et qui sont primo-créatrice, c'est-à-dire qu'elles n'ont jamais créé d'activité avant. C'est vraiment les profils types. Sur des critères d'âge par exemple, je peux vous le donner : on avait 60 % des femmes accompagnées à la création l'année dernière qui avaient entre 45 et 50 ans. Donc, c'était une fourchette plutôt basse puisque l'âge moyen de nos candidates tous profils confondus est de 52 ans. Donc là, on est sur les plus jeunes de nos candidates, celles qui ont entre 45 et 50 ans plutôt. Ensuite, qu'est-ce que je peux vous donner d'autre ? Donc l'âge moyen était de 51 ans. Le nombre moyen d'enfants à charge est d'un. Quarante-cinq pour cent d'entre elles ont un revenu inférieur à 2000 €. Sur leur situation personnelle, 56 % de personnes vivent en couple, ce qui est à peu près aligné sur notre moyenne nationale tous profils confondus – vu qu'on a une femme sur deux en couple au national – si on prend toutes nos candidates par an.

### **10. Avez-vous pu récolter des témoignages sur le ressenti des femmes suite à la création de leur entreprise ?**

Ce n'est pas forcément une question qu'on a posée dans le cadre de notre enquête de satisfaction. En revanche, ce sont effectivement des informations qu'on peut avoir en marge de cela, alors au coup par coup, mais qu'on arrive à recouper. Simplement que la situation de salariée était plus réconfortante pour elles, notamment pour toutes celles qui sont seules avec des enfants à charge et qui reste du coup, encore, à leur âge un vrai frein. C'est-à-dire le fait d'avoir la sécurité d'un salaire, d'une protection sociale, enfin tout ce qui implique le salariat

lorsqu'on est seule avec des enfants. Donc c'est un vrai frein. La prise de risque est un vrai frein par rapport à l'entrepreneuriat et puis sur les années précédentes ou quand elles étaient plus jeunes. Parfois, leur conjoint était lui-même entrepreneur, ce qui fait qu'elles les aidaient ou qu'elles intervenaient comme c'est souvent le cas sur la comptabilité, ce genre de choses, sans créer pour autant leur propre structure. Et puis parce qu'on reste encore dans un schéma où généralement – je dis bien généralement –, puisque ce n'est pas du tout systématique, les hommes rapportent plus au foyer que les femmes ; donc leur travail restait secondaire même s'il était indispensable à la vie du foyer, cela restait au second plan.

**Oui, très clairement, nous sommes encore dans un système très patriarcal. Un article que j'ai lu il y a quelques jours disait que les femmes à la retraite, soit plus de 65 ans, démarrent de plus en plus un projet de création d'entreprise et ont leur propre entreprise.**

Oui, tout à fait. Elles prennent leur envol de manière un peu plus tardive, mais c'est superbe. Nous, on trouve cela fantastique.

**11. Pour continuer, nous allons rentrer un peu plus dans le vif du sujet, sur la relation des femmes cheffes d'entreprises ou en création d'entreprise avec les réseaux sociaux. Quelles sont les raisons et les motivations qui amènent ces femmes à utiliser les réseaux sociaux dans le monde professionnel ?**

Alors la motivation, elle repose tout simplement sur le fait qu'elles ne peuvent pas en faire l'économie. Elles en ont bien conscience, je crois. Elles se rendent bien compte et puis, nous, on se charge de leur véhiculer ce message-là, que c'est obligatoire aujourd'hui lorsqu'on lance son activité de pouvoir se rendre visible sur les réseaux sociaux avant même justement d'avoir nécessairement un site. Elles peuvent arriver avec cette idée-là parfois, quel que soit leur type d'activité qu'elles créent, qui va leur falloir un site internet pour se rendre visible. Alors qu'aujourd'hui justement selon le type d'activité, le site n'est pas forcément le média le plus pertinent et puis un profil sur des réseaux sociaux peut s'avérer tout aussi, voire plus, efficace. Après pour pallier cela, on leur propose beaucoup d'ateliers, soit un peu généraliste pour leur faire découvrir les différents réseaux sociaux existants, soit en allant un peu plus loin en dédiant certains à LinkedIn, à la page Facebook Pro. On va essayer d'en mettre en place sur Instagram aussi pour toutes celles qui ont une activité dont le visuel compte beaucoup. Elles ne sont pas du tout réfractaires à ce type de choses ; au contraire, cela les intéresse beaucoup. Parfois, il y a un a priori, notamment avec Facebook, parce qu'elles associent plus, peut-être avec l'utilisation qu'en font leurs enfants, et qu'on arrive à lever très rapidement en leur présentant l'intérêt d'avoir une page Facebook Pro et des possibilités que ça offre gratuitement. Donc oui, on a une très bonne réception de l'appropriation de ces réseaux sociaux par nos candidates.

**12. Donc dans vos ateliers, vous orientez une très grande partie de votre travail vers les réseaux sociaux ?**

Oui, tout à fait. C'est une partie de ce qu'on fait. Nous ne faisons jamais l'économie des ateliers sur ces questions-là, on les sensibilise. On en parle beaucoup, on les invite vraiment à se créer des pages pour toutes celles qui créent et des profils pour celles qui se développent à les multiplier, notamment pour toutes les femmes qui font du conseil aux entreprises. Nous les

soutenons à avoir un profil Twitter, ne serait-ce que pour l'outil de veille que cela représente. Elles sont vraiment preneuses de ces types d'informations qu'elles n'avaient pas forcément identifiées. Mais dès qu'on leur explique, elles posent des questions et elles se prennent au jeu.

**13. Est-ce que vous pensez que les hommes seraient plus familiers avec les nouvelles technologies que les femmes ?**

Non, je ne pense pas du tout. Alors c'est difficile, je donne vraiment mon avis personnel, car nous n'accompagnons pas d'homme. Je ne peux pas vous faire de retour sur comment se comportent les hommes de plus de 45 ans avec les réseaux sociaux. Mais en tout cas, je ne vois pas au nom de quoi les femmes seraient plus réfractaires à l'utilisation des réseaux sociaux que les hommes. Ce n'est pas du tout ce que l'on ressent ici.

**14. Est-ce que vous pensez que la facilité d'accès ou l'utilisation des réseaux sociaux peut contribuer à la familiarisation des femmes avec les nouvelles technologies ?**

Premièrement, je ne vois pas parmi nos candidates des profils de femme qui n'auraient jamais été confrontés à l'informatique. Elles ont 52 ans en moyenne, pas 80 ans. Une femme qui n'a jamais touché de sa vie à un ordinateur, que ce soit à Paris ou en province, cela n'existe pas. Je ne pense pas qu'on en ait énormément. Après pour répondre à votre question, même celles qui se sentent un peu éloignées, là aussi on propose des ateliers de mise à niveau informatique, notamment sur le pack Office pour toutes celles qui sont sur un profil d'assistantat auquel elles vont très volontiers. Elles acceptent de dire qu'elles ne connaissent pas toutes les fonctionnalités ou de dire qu'elles doivent pratiquer pour se remettre dans le jus. Il n'y a pas de rejet ni des réseaux sociaux, ni de l'ordinateur, ni de son utilisation globale avec internet. Il n'y a pas du tout de rejet à ce niveau-là.

**15. Selon vous, la facilité d'accès aux réseaux sociaux, pourrait-elle encourager les femmes à créer leur propre entreprise ? Est-ce que cela pourrait être une des motivations pour créer une entreprise ?**

Effectivement, cette dématérialisation leur donne plus de souplesse. C'est possible. Peut-être sur l'entrepreneuriat féminin, de manière plus large, sans inclure de question d'âge pour le coup. C'est possible que la liberté que ça leur donne ait un vrai impact sur le fait qu'elles se lancent. Sur nos candidates, je dirais que c'est peut-être un peu moins vrai, parce que sur cette deuxième partie de carrière, ce qui prime même sur l'accessibilité, c'est le fait de pouvoir mettre du sens, rendre leur travail plus aligné par rapport à leurs valeurs, sur ce qu'elles ont pu « subir » en tant que salariées. Elles se disent : « Ok, là, je crée une activité qui est à mon image, à l'image de ce qui est important pour moi ». Du coup, cet aspect facilité d'accès ou même de ne pas se déplacer est peut-être moins important pour elles que pour une femme trentenaire qui souhaiterait se lancer. Mais en tout cas, ce n'est pas non plus un frein. Ce n'est pas forcément un moteur, mais ce n'est pas un frein.

**16. En somme, les réseaux sociaux permettraient de concilier vie professionnelle et vie privée ?**

Oui. En tout cas, ce ne sera pas un frein. En plus, il existe notamment sur internet des books de formation, dont elles sont au courant. Alors, elles nous disent : « Oui. Moi, j'ai regardé comment on utilise Twitter, des moteurs de veille ». Elles sont au courant de ces choses-là. Ça ne les effraie pas du tout.

**17. Je souhaiterais revenir sur votre principale mission et savoir si vous aidez les femmes à reprendre des entreprises ?**

Alors, on aide celles qui nous le demandent. Maintenant, elles sont peu à nous le demander et, souvent, pour des questions financières et d'investissement, car la reprise nécessite un investissement ou un rachat de fonds de commerce ou ce genre de choses. Comme nous, on est plus sur du service, c'est l'investissement qui les effraie plus que la reprise en tant que telle. Mais quand c'est le cas, – on en a eu quelques exemples – on peut les accompagner dessus bien sûr, sachant que la démarche initiale est la même, sauf que le lieu est préexistant.

**18. Par conséquent, avez-vous des femmes qui dirigent des entreprises familiales, qui ont créé des entreprises familiales ou effectué une reprise ?**

Non, je n'en n'ai pas en tête. [Réfléchis] Je ne suis pas sûre que ce type de profil se fasse accompagner par nos types de structure, car la transmission se fait en interne, dans la famille.

**19. Pensez-vous que l'utilisation des réseaux sociaux pourrait comporter des désavantages, notamment dans le secteur des services à terme ?**

À partir du moment où l'on applique le principe de vigilance, je ne vois pas d'inconvénient. Je dirais que les désavantages ne sont pas liés à l'entrepreneuriat, mais propres à chacun. Effectivement, le principal inconvénient est qu'il n'y ait pas d'archivage et d'obsolescence des données. Aucune information ne disparaît et cela demande une vraie vigilance. Je ne vois pas sinon d'autres freins pour tout ce qui est lié à la promotion de l'activité de l'entreprise, de la rendre visible, à part ce qui est lié aux dangers des réseaux sociaux pour les personnes. De plus, il est possible aujourd'hui de retracer l'activité entrepreneuriale d'une personne sur internet. Je ne vois pas de dangers supplémentaires, à part celui qui s'applique aux personnes.

**20. À votre avis, la création d'entreprise permet-elle de compenser l'absence d'emploi et/ou de diplôme sur le marché du travail (par rapport aux membres de l'association) ?**

Oui, c'est sûr que la création d'entreprise permet de pallier un manque d'emploi. Nous avons une partie de nos créatrices qui créent leur activité parce qu'elles ne trouvent pas d'emploi salarié, alors qu'initialement c'était leur projet d'en retrouver un. Elles voient la fin des indemnités approcher, donc elles se disent : « Ok, je ne vais pas attendre passivement que ça me tombe dessus. Donc je crée mon activité ». Il s'agit d'une partie de nos créatrices, pas toutes, mais c'est un moteur en tout cas. Ensuite, pour compenser le manque de diplôme, à nouveau sur notre population, oui c'est possible. C'est-à-dire que ce qui les pousse quelque part à créer leur activité, ce n'est pas tant le niveau de qualification qu'elles ont. Sachant qu'à Paris, elles sont plutôt qualifiées (Bac +3 ; Bac +4), ce sont des profils qualifiés. Donc ce n'est pas tant leurs diplômes qui les poussent à créer leur entreprise, mais leur expérience. À 45 ans, que l'on soit diplômé ou non, nous avons toute de l'expérience. Nous avons des parcours de créatrices

qui n'étaient pas nécessairement diplômées, qui étaient davantage sur des profils d'assistantat juridique, comptable, d'assistantat de « base » – si je peux dire sans que ce soit méprisant dans ma bouche – et qui se sont dit : « On crée notre activité de service aux entreprises, notamment pour les TPE/PME qui n'ont pas les moyens d'avoir une assistance comptable à l'année. Donc pour les moments des bilans, nous proposons nos services de secrétariat/comptable à distance en créant notre activité. » Ce sont des gens qui marchent bien, qui ont activé leur réseau et qui n'avaient pas forcément des diplômes à n'en plus finir, mais qui se sont appuyés et ont capitalisé leur expérience ainsi que leur expertise pour créer leur activité. Plus que le fait de contrer le manque de diplômes même si cela peut être le cas, c'est vraiment l'expertise et l'expérience qui peuvent aider à se lancer.

## Entretien n° 2

**Date :** 28/02/2017 à 15 h 30

**Enquêtrice :** Flora Querrec

**Enquêtées :** Céline et Virginie

**Transcription :** Flora Querrec

**Durée :** 45 minutes

**Moyen de communication :** appel téléphonique

**Flora Querrec : 1. Présentation de l'association : objectifs, fonction principale et poste de l'interviewée.**

Céline : Femmes de Bretagne est un réseau collaboratif sous forme d'association qui a été lancé fin 2014 par Marie Eloy. Son idée est de lancer un réseau social collaboratif pour favoriser la création et le développement des entreprises au féminin en Bretagne. Nous avons 4 900 femmes inscrites sur notre site. Elles sont réparties en trois catégories, dont chacune équivaut environ à un tiers : porteuses de projets, femmes déjà lancées et les bretonnes solidaires (femmes qui peuvent être salariées ou en recherche d'emploi, des étudiantes, c'est-à-dire toutes les femmes bretonnes, mais qui ne sont pas officiellement en projet de création d'entreprise). Nous parlons de membres inscrites, car techniquement elles créent leur profil sur le site de manière gratuite comme sur un réseau social classique. Si elles le souhaitent, elles peuvent devenir adhérentes, sachant que les adhésions d'une part permettent de financer une partie du fonctionnement de l'association et d'autre part, de mettre en place des ateliers thématiques sur le territoire. La principale raison d'être du réseau, c'est de faciliter la mise en relation entre les femmes qui sont porteuses de projet et les cheffes d'entreprises. Nous sommes sur une trentaine de villes sur les cinq départements en Bretagne, dont la Loire-Atlantique qui est incluse. Le réseau au quotidien permet de réaliser des rencontres, c'est vraiment le côté convivial. Ces rencontres ont lieu une fois par mois ou tous les deux mois. Les rencontres servent à développer son réseau, prendre son assurance en présentant son projet, contre l'isolement aussi, car ce sont principalement des femmes qui créent leur emploi. On dit créer son entreprise, mais c'est avant tout créer son emploi. Beaucoup sont sous le format d'un emploi, elles n'ont donc pas de local et travaillent généralement chez elles. Ce fonctionnement de travail facilite pour certaines raisons la vie professionnelle et personnelle de ces femmes. Souvent en tant que femme, on mélange tout cela. C'est l'avantage et en même temps l'inconvénient, car c'est une nouvelle façon de travailler qui impose d'être souple. Donc en parlant de rompre l'isolement, on peut venir aux réseaux sociaux dans le sens que c'est aussi une façon de communiquer sur son projet en créant une page entreprise, mais aussi de créer un réseau.

## **2. Pensez-vous que les réseaux sociaux apporteraient une motivation supplémentaire aux femmes pour créer leur entreprise ?**

Virginie : Oui !

Céline : Oui !

Virginie : La particularité de Femmes de Bretagne, c'est que l'on se retrouve qu'entre femmes et il y a vraiment un esprit de confiance qui se met en place. On apprend les petits secrets, alors que si l'on se présente devant de grandes structures d'accompagnement à la création d'entreprise, oui il s'agit d'une voie royale. Mais avec Femmes de Bretagne, il y a un petit plus. Nous nous retrouvons quasiment entre amies. Je disais oui tout à l'heure, car j'ai un profil qui ne me donnait pas forcément l'idée de créer quelque chose. Et maintenant, je suis arrivée à cette idée de me dire : « Pourquoi pas moi ? »

Céline : Il est vrai que les valeurs du réseau sont très mises en avant, des notions qui sont la bienveillance, l'écoute et l'entraide. Quand on a ses valeurs-là en tête, alors effectivement les frontières s'effacent entre les réseaux. Il y a une notion de donner et de recevoir qui se fait naturellement, un peu moins dans les réseaux virtuels, dont les réseaux sociaux, c'est un peu leur limite. Je dirai que l'un ne va pas sans l'autre. Si l'on prend l'exemple de Marie Eloy, lorsqu'elle a lancé le réseau en fin 2014, son idée était un site internet, un réseau social virtuel, ce qui a permis de donner ce très grand élan d'inscription facile sur le site et qui fait qu'on soit autant nombreuses. Il s'agit du premier pas ; par la suite, les femmes inscrites voulaient se rencontrer en vrai, ce qui n'était pas prévu au début. On a mis en place des rencontres qui sont organisées par des coordinatrices. Aujourd'hui, on est sur trente villes. Il y a réellement une complémentarité, car nous n'aurions jamais été aussi loin sans le côté virtuel. Il y a des structures locales qui n'ont pas forcément un site très développé, donc elles vont rester dans une démarche purement locale avec des petites communautés. Du coup d'avoir utilisé les deux, le virtuel et la vraie vie, rend plus dynamique, plus rapide, ce qui fait que notre présence sur les réseaux sociaux est très importante. On communique beaucoup sur Facebook et Twitter. De plus, il y a les rencontres, mais aussi des ateliers thématiques réservés aux adhérentes. Pour le coup, nous pouvons nous retrouver avec des hommes, car nous avons des animateurs ou des animatrices extérieurs au réseau qui viennent animer des ateliers techniques pendant deux heures. On est sur un format un peu plus formel.

## **3. Organisez-vous des ateliers orientés sur l'utilisation des réseaux sociaux ?**

Céline : Oui, c'est un terme qui revient énormément. On nous pose sans cesse des questions par rapport aux réseaux sociaux et à leur utilisation. On nous demande aussi s'il faut être présent sur chacun des réseaux sociaux.

Virginie : Constamment. Les personnes nous demandent comment fonctionnent les réseaux sociaux, comment améliorer leur utilisation.

Céline : Et, en même temps, la problématique des réseaux sociaux est l'accessibilité. Techniquement, ils sont facilement accessibles. Beaucoup de gens vont se dire qu'ils

connaissent et savent s'en servir, alors que pas forcément. Finalement, n'importe qui peut se déclarer expert en réseaux sociaux et c'est ici qu'il faut se méfier.

Sachant qu'aujourd'hui quasiment toutes les activités professionnelles peuvent être présentées sur les réseaux sociaux et les utiliser comme moyen de communication. Après, il y a des activités sur lesquelles c'est un peu plus difficile, d'une part car il y a une telle concurrence que tirer son épingle du jeu est compliqué. J'aurai tendance à dire, d'après mon expérience, que cela peut être un atout, mais il faut trouver son équilibre entre les éléments techniques d'utilisation et son activité. La plus-value sur les réseaux sociaux est l'apport personnel à la communauté, soit sur le fond ou la forme (la façon de parler, d'autres ressources, efficacité du réseau). C'est à double tranchant, car communiquer sur les réseaux sociaux, c'est facile techniquement ; mais si l'on communique mal et bien on perd du temps, et il n'y aura pas de retour de la communauté.

#### **4. À travers ces dernières années, avez-vous réussi à tracer un profil sociodémographique des femmes entrepreneures ou des femmes porteuses de projet au sein de votre association ?**

Céline : C'est très varié. Globalement, le plus représenté, ce sera la tranche classique des 30-45 ans. Mais nous ne sortons pas vraiment ce genre de chiffre, car nous nous sommes dit qu'on aide toutes les femmes, et c'est la richesse du réseau. On a des étudiantes, des jeunes femmes au début de leur activité professionnelle, des femmes qui ont déjà un certain vécu professionnel (30-40 ans), des femmes qui ont eu un grand cursus professionnel et qui ont 55-60 ans, et même des femmes retraitées. Géographiquement oui, car nous sommes positionnées sur la Bretagne. Cependant, il n'y a pas de filtre qui empêche de s'inscrire, c'est-à-dire que l'on est bretonne si on habite à New-York mais qu'on est d'origine bretonne ou bien si l'on habite en Bretagne, mais qu'on est d'une autre origine.

Virginie : L'autre jour, j'ai eu une Iranienne et une Canadienne.

Céline : Ce n'est pas rare d'avoir des personnes de tout âge, tout horizon. C'est hyper riche.

Virginie : J'ai surtout vu au cours des ateliers et ce qui m'a marqué, c'est le nombre de personnes qui sont presque à leur seconde vie, qui avaient déjà un parcours avant et qui, du jour au lendemain, changent. Ce sont des femmes qui ont besoin de s'épanouir.

Céline : Même au niveau des études, on a de tout. Il y a des femmes qui ont fait des études poussées et qui repartent sur une activité qui peut paraître en dessous de leur niveau de diplôme. Je dirai que la plus grande propension de femmes que nous avons nous rejoignent après avoir eu des enfants. Ce que l'on appelle le phénomène des *mompreneurs*. À nouveau, du côté de la cellule familiale, nous avons de tout : des femmes seules, jeunes et moins jeunes. On peut dire par rapport à la cellule familiale que créer son entreprise pour une femme ou créer son emploi, ce n'est pas anodin. Il y a des répercussions au niveau de la vie de famille. La personne travaille chez elle. Donc cela peut comporter certains avantages : être disponible pour les enfants en ayant des horaires souples. Mais du coup, elles travaillent chez elles. La vie professionnelle et

personnelle n'est pas simple à gérer ; souvent, le mari peut aider ou, au contraire, ne pas soutenir.

### **5. Finalement, les réseaux sociaux pourraient aider à concilier vie personnelle et professionnelle...**

Céline : Oui, cela peut être vrai. Cependant, une certaine population féminine a peur des réseaux sociaux. Il y a encore cette peur. C'est dangereux, cet outil. Je pense qu'il y a aussi quelque chose à faire de ce côté-là. En général, quand ces femmes disent qu'elles ne veulent pas être sur les réseaux sociaux, c'est par manque de connaissances techniques. Après en fonction de son activité, les internautes aiment que l'on mette un peu de soi sur le réseau social. Il faut donc savoir faire le dosage. Il faut être très souple sur les réseaux sociaux, car il y a une très grande proximité facilitée par l'ordinateur. Il faut être souple aussi, car la population sur les réseaux sociaux est très large et diverse.

Après au sein des ateliers sur les réseaux sociaux, on répète que chaque réseau social a ses codes. Il faut réaliser une phase d'observation, sachant que les réseaux sociaux aussi sont un très bon outil de veille. Cela permet de voir ce qui se fait sur une même activité, regarder les profils des concurrents.

### Entretien n° 3

**Date :** 01/03/2017 à 14 h 30

**Enquêtrice :** Flora Querrec

**Enquêtée :** Émilie

**Transcription :** Flora Querrec

**Durée :** 50 minutes

**Moyen de communication :** appel téléphonique

**Flora Querrec : 1. Présentation de l'association : objectifs, fonction principale et poste de l'interviewée.**

Émilie : Je suis Émilie [...]. Depuis 2015, je suis la présidente du Club Normandie Pionnières, qui est une association de loi 1901 et qui a pour vocation l'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin en Normandie. Cette association fonctionne sur le principe d'un club où nous recueillons des adhésions de porteuses de projets ou de femmes qui ont déjà créé leur structure pour lesquelles nous les mettons déjà en réseau et nous apportons de l'information sur la thématique entrepreneuriale à travers des petits-déjeuners mensuels où il y a un intervenant extérieur qui vient développer un thème. Puis, on est dans une phase d'échange de réseau et de dynamique intra-association, intra-réseau avec les différentes participantes. On a des actions sur la région qui sont liées à la sensibilisation des femmes et à être dans des projets d'émergence sur les petites villes de Normandie, car nous n'avons pas de grandes métropoles, hormis Rouen éventuellement. L'association a été créée en 2007. Donc elle a dix ans aujourd'hui, et son berceau est à Caen. Elle a surtout un maillage dans le département du Calvados (14), mais aussi sur ce que l'on appelle l'ex Basse-Normandie : l'Orne et la Manche. Demain, notre objectif est d'aller sur la nouvelle Normandie, c'est-à-dire la Basse-Normandie réunie avec la Haute-Normandie (depuis 2015), donc sur l'Eure et la Seine-Maritime. Le fonctionnement de l'association est simple. Il est question de récolter des fonds et notamment des subventions publiques pour entreprendre des actions sur les territoires spécifiques. Nous sommes à peu près sur deux axes, soit l'émergence d'un projet à la création pour les femmes sous le format conférence, chercher des idées, échanges et rencontres, réunions de rencontres, soit sous un deuxième axe qui est le post-accompagnement. Une fois l'entreprise créée, la femme est cheffe d'entreprise, mais elle doit développer son entreprise. Nous sommes donc plus sur une action de l'ordre du mentorat, du tutorat, de l'accompagnement de la personne. Voilà ce que nous proposons avec essentiellement du bénévolat, puisque nous sommes six administratrices bénévoles pour une quarantaine d'adhérentes qui payent leur cotisation annuelle pour pouvoir bénéficier du réseau et des actions de l'association. On n'a pas de permanents salariés dans l'association qui puissent nous relayer, ce qui est une fragilité pour nous toutes, bénévoles et toutes cheffes d'entreprises. Les administratrices de l'association sont des cheffes d'entreprises.

**Ce qui permet finalement d'avoir un pied dans l'entrepreneuriat et de pouvoir aider les porteuses de projet avec un regard professionnel.**

C'est la volonté d'avoir dans les décideurs de l'association puisque c'est du bénévolat, le risque que l'on voulait éviter. Classiquement, les associations qui fonctionnent avec du bénévolat ont deux profils de bénévole : soit on est sur des gens qui sont à la retraite et qui, à nos yeux, ne sont plus forcément à la pointe ou dans le coup de ce qui se passe au niveau entrepreneurial ; soit on a des personnes qui sont dans un non souci de gagner leur vie et qui sont probablement en décalage avec les nécessités de la cheffe d'entreprise qui doit gagner de l'argent, faire de l'argent. On voulait éviter ce schéma avec ces deux profils au sein des décisionnaires de l'association. C'est pour cela que nous avons décidé d'avoir des cheffes d'entreprise, ce qui rend aussi le fonctionnement de l'association plus compliqué parce que les cheffes d'entreprises sont débordées. Elles ont des semaines de soixante heures parfois et ne peuvent pas être extrêmement dispendieuses de temps bénévole dans une association. Par contre, on est très motivée. Donc c'est le côté très positif de l'affaire, de travailler avec des bénévoles, c'est aider des gens, des femmes qui sont extrêmement engagées dans la cause et qui ont envie de faire avancer les choses.

**Et ce qui permet peut-être aussi d'ajouter un réseau supplémentaire vu que toutes les décideuses, et vous également, sont cheffes d'entreprise. Vous avez chacune un réseau à apporter avec vous.**

De par notre identité professionnelle, oui, tout à fait. Cela est la richesse des associations d'être sur des profils non pas monolithiques, mais d'avoir une diversité, un panel de profils. Néanmoins, ce que l'on sait aussi lors de ces dernières années d'expérience que l'on a eues, c'est que les femmes qui s'adressent à une association telle que la nôtre sont plutôt des profils qui se ressemblent, c'est-à-dire des femmes qui sont dans une activité ou un projet d'activité lié aux services, bien souvent de services à la personne, se positionnant davantage en B to C (business to consumer) et qui créent leur propre emploi et qui n'ont pas de vision d'entreprise – comment dire – grosse PME. Elles vont d'abord créer leur propre emploi et si elles sont débordées, elles embaucheront une autre personne ou s'associer à une consœur. Mais on n'est pas dans le profil de femmes qui entreprennent pour créer de l'emploi pour avoir une couverture régionale ou nationale forte. On a peu de femmes qui sont dans l'export, cela est assez minoritaire. On a aussi une petite propension qui sont dans l'innovation technologique, ce que l'on appelle l'innovation numérique, on en a quelques-unes, mais ce n'est pas massif. On est plutôt sur des métiers traditionnels du type accompagnement des personnes, que ce soit dans le secteur professionnel ou particulier, accompagnement dans les services du commerce classique ou sur internet.

**Généralement, par rapport aux autres personnes responsables d'associations similaires à la vôtre, avec qui j'ai pu m'entretenir, le même mot d'ordre revenait. Finalement, les femmes qui deviennent membres de ce type d'association recherchent en premier la création de leur emploi et leur indépendance financière ; puis, de plus en plus dans le secteur des services, avec une petite part très spécialisée dans l'industrie de pointe.**

Après, je dirais qu'on est en conformité en proportion le reflet de ce qu'il y a dans notre région. On est sur une région qui est en grande partie rurale, qui a un côté traditionnel et qui n'a pas de grand pôle à part Caen, Le Havre et Rouen, de recherche, d'innovation. Nous restons donc à l'image de notre région.

## **2. À travers ces dernières années avez-vous réussi à tracer un profil sociodémographique des femmes entrepreneures ou des femmes porteuses de projet au sein de votre association ?**

Là, ça va être très subjectif parce qu'on n'a pas de données. Ce ne sont pas des données que l'on recueille ou que l'on regarde. Cependant sur quarante adhérentes, je les connais à peu près toutes. Donc j'ai un peu une idée, mais ce n'est pas forcément très précis. On est plutôt sur des femmes de tout âge, avec des femmes très jeunes qui nous rejoignent à la sortie des études ou après les toutes premières expériences après les études, plutôt haut niveau de qualification de Bac+1 à Bac+5. On a quelques femmes qui sont dans la quarantaine, mère de famille, mais (c'est plutôt rare, un faible échantillon) qui ont le souci d'avoir toujours un lien avec le travail. Donc pour garder le lien avec le travail pendant l'éducation de leurs enfants, elles créent une activité qu'elles investissent pas forcément à temps plein, mais elles ont une activité professionnelle tout en souplesse où elles peuvent organiser leur temps. Par rapport à ces cas, je n'ai pas de stats, mais je pense qu'on est sur une minorité des adhérentes. Puis, on a une troisième tranche de femmes plutôt seniors, de type deuxième partie de carrière et qui ambitionne de faire autre chose que du salariat et qui se lancent dans la création d'une activité à leur compte. Ces femmes ont une expérience, une forme de confiance en elles pour pouvoir entreprendre toutes seules, qui ont probablement moins de charges familiales que les plus jeunes, car les enfants sont déjà dans les études voire même déjà sortis du foyer familial. On est sur ces trois typologies avec une part à peu près égale de représentation, sauf un petit peu moins de mères de familles de la quarantaine. Mais je n'ai pas regardé les âges. Ce serait intéressant.

## **3. Pourriez-vous me définir les motivations qui mènent à la création pour chaque tranche d'âge ?**

Pour les jeunes, c'est le souci de vouloir tester des choses, de pouvoir se lancer dans la création comme elles se lanceraient dans un premier emploi. La perception est de se tester en termes de compétences, dans un domaine particulier. Pour les *middle*, on est plus sur la possibilité de pouvoir garder un lien dans le monde du travail, mais tout en souplesse et d'avoir une pratique, même si elles sont à disposition de leur famille. C'est le côté souple de l'entrepreneuriat. Puis pour les plus âgés, les seniors, même si ce ne sont pas forcément des seniors fin oui qui sont peut-être à plus de 45 ans et jusqu'à [...] fin la plus âgée a 58 ans, ce serait dans un souci d'indépendance financière déjà, bon d'indépendance tout court. L'indépendance financière, mais l'indépendance morale en tant que femme, d'individu qui peut subvenir à ses propres besoins. Puis, indépendance morale vis à vis d'une expérience salariée qui ne serait pas forcément bien passée ou qu'elles n'auraient pas été très épanouies ou très heureuses et que l'entrepreneuriat est une garantie de faire les choses à sa façon sans pression morale.

## **4. À votre avis, la création d'entreprise permet-elle de compenser l'absence d'emploi et/ou de diplôme sur le marché du travail (par rapport aux membres de l'association) ?**

Oui, socialement il s'agit d'un modèle d'avenir. Nous sentons tous cette transformation qui arrive au regard de la crise passée qui a lourdement impacté l'économie mondiale. On voit bien que subvenir à son propre emploi, c'est une façon de ne pas passer par la case emploi salarié qui est de plus en plus difficile d'accès. Je ne suis pas sûre que pour les femmes, la notion d'absence de diplôme que vous évoquiez soit la source. Je pense que c'est probablement vrai pour des hommes, au contraire chez les femmes la tendance est plutôt à aller se former et être diplômée avant même d'aller chercher un emploi ou de créer sa boîte. C'est la perception que j'ai en Normandie, plutôt des femmes qui sont qualifiées, qui ont des formations, qui ont de l'expérience et qui vont plutôt être avant tout dans la recherche de la reconnaissance par la qualification et le diplôme que par l'activité entrepreneuriale avec un côté proactif d'une démarche individuelle.

**5. D'après vos quarante membres qui ont créé leur entreprise, quelle est leur durée d'existence en moyenne ?**

Je vois bien votre question, mais je ne peux pas y répondre, car nous n'avons pas les moyens d'effectuer un suivi. Ce que l'on sait, c'est qu'on a un turnover qui est, non pas en taux, mais plutôt en durée sur deux années. C'est-à-dire qu'une pionnière adhère sur deux années. Je vous parle en ressenti, car nous n'avons pas les moyens de réaliser des indicateurs dans l'association. On a en général des personnes qui viennent une, deux années et qui vont après vers d'autres structures, d'autres réseaux. On sait qu'on répond à des besoins autour de deux ans et après on ne sait pas forcément ce que devient la personne qui a créé et si elle continue ou pas. Cependant, on sait qu'on a accompagné depuis dix ans environ 800 femmes qui ont pu avoir des projets qu'elles ont créé ou pas. Parfois le fait de nous rencontrer a permis à certaines femmes de juger qu'il n'était pas le bon moment pour se lancer. On a déjà une première tranche de femmes qui n'ont pas créé et parmi celles qui ont créé, elles sont peut-être restées une, deux ou trois années dans le réseau de l'association. Après, elles partent dans d'autres réseaux, mais on n'a pas de vision de ce qu'elles ont pu faire. On sait aussi que certaines ont dû arrêter dans les deux années où elles étaient dans le réseau pour des raisons principalement financières. L'activité n'était viable et qu'il fallait se repositionner autrement pour pouvoir être dans une atteinte d'objectifs financiers.

**6. Pour continuer, nous allons rentrer un peu plus dans le vif du sujet, sur la relation des femmes cheffes d'entreprises ou en création d'entreprise avec les réseaux sociaux. Premièrement, proposez-vous des temps forts ou des réunions sur le thème des réseaux sociaux ?**

Oui, c'est un thème qui revient régulièrement. On a plusieurs adhérentes qui sont spécialisées dans les réseaux sociaux et donc après les avoir fait intervenir sous le format classique d'exposé. Les participantes ont trouvé que la thématique était beaucoup trop théorique et qu'elles avaient besoin aussi de pratiquer. Nous avons mis en place un nouveau module qu'on appelle maintenant les ateliers pratiques où l'on n'est plus dans l'échange autour d'une thématique sous une forme d'exposé, mais plutôt sous une forme ludique où les pionnières vont pouvoir manipuler avec l'expertise d'un intervenant qualifié. Donc on a eu un atelier pratique sur les réseaux sociaux qui est né de ces demandes-là. Effectivement, les membres nous demandaient

comment changer la photo de profil de la page Facebook, comment mettre un post, comment j'invite mes relations. C'était des choses très techniques et qui avaient besoin d'être pratiquées. En matière de réseaux sociaux, nous avons des besoins très concrets et nous sommes soucieuses de ce sujet-là.

### **7. Parmi les membres qui ont participé à ces ateliers, quel était leur niveau de connaissance des réseaux sociaux ?**

Le niveau est très disparate, on a une vraie hétérogénéité qui va de celle qui veut développer sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux à celle qui veut juste apprendre à mettre sa photo sur sa page. Donc, on voit qu'on a des niveaux de pratique très différents, qui ne sont pas forcément liés à l'âge. Même s'il y a quand même une notion d'âge parce qu'on voit beaucoup de seniors. L'atelier était plein avec huit participantes, car on ne peut pas faire de plus grands ateliers pratiques. Il y avait même plus de demande que de places disponibles. Les demandes sont diverses selon l'âge.

### **8. Quelles sont les raisons et les motivations qui amènent ces femmes à utiliser les réseaux sociaux dans la création d'entreprise ?**

Je ne suis peut-être pas la mieux placée pour en parler, car je n'étais pas présente à l'atelier pour recueillir les questionnements. Je pense qu'il y a des activités où on a besoin d'être présent sur la toile, pour avoir juste une étiquette, un nom, une identité quelque part. Dans ce cas-là, on est dans de l'affichage avec le site vitrine ou la page sur les réseaux sociaux, qui n'est pas forcément animé, mais qui est présent. Après, on a des femmes qui ont une activité commerçante, qui proposent directement des produits à vendre et qui ont besoin de vendre en ligne, de se faire connaître en ligne et qui utilisent fortement les réseaux sociaux. Ces dernières qui ont participé à l'atelier, étaient davantage dans la recherche d'une stratégie commerciale construite autour des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter).

### **8bis. Généralement, quels réseaux sociaux préfèrent utiliser ces femmes ?**

Instagram, non, quasiment personne. Twitter, très très peu. On est très fortement sur Facebook, un peu LinkedIn et un petit peu moins Viadeo.

### **9. Certaines de vos membres n'utilisent pas du tout les réseaux sociaux ?**

Je ne sais pas s'il y a des réfractaires, je ne pense pas. J'en ai rencontré, mais dans d'autres sphères, pas dans la sphère entrepreneuriale. Notamment les publics chercheurs d'emploi. Mais pour les cheffes d'entreprises de Normandie Pionnières, je ne me rappelle pas avoir entendu quelqu'un qui était réfractaire. Par contre, il y a de la méfiance sur l'utilisation des réseaux sociaux en faisant par exemple de la contre-communication.

### **10. Selon vous, la facilité d'accès aux réseaux sociaux, pourrait-elle encourager les femmes à créer leur propre entreprise ? Est-ce que cela pourrait être une des motivations pour créer une entreprise ?**

Je pense que l'outil Facebook, il est pas mal conçu pour ça. On peut facilement recueillir des témoignages de personnes cheffes d'entreprises qui s'expriment sur leur vécu, leur ressenti, leur expérience, etc. Il y a un côté un peu intime de Facebook, ce qui fait qu'on est habitué à être dans l'échange personnel et cela est rassurant pour les porteuses de projets. Elles peuvent l'utiliser d'abord non pas comme un outil de vente, mais d'information via le réseau, de veille. Cela permet aussi aux pionnières d'être au courant de nos activités, de nos thématiques grâce à nos publications sur Facebook. Bien sûr nous communiquons par mail, mais aussi par Facebook, qui est le seul réseau social que nous utilisons. À travers cela, on voit aussi que des femmes nous rejoignent parce qu'elles ont vu qu'on communique sur Facebook telle ou telle actualité.

### **11. Pensez-vous que les nouvelles technologies peuvent aider les femmes à concilier leur vie professionnelle et leur vie privée ?**

Oui j'en suis convaincu. Les évolutions sociétales comme la crise, voici un parallèle qu'on a eu et probablement est la raison de la dernière crise économique : l'explosion de la bulle internet accompagnée des moyens technologiques. Je suis psychologue du travail, j'étudie les gens qui travaillent et on voit très bien comment les nouvelles technologies de l'innovation et de la communication agissent sur les salariés. Mais aussi comment elles transforment le travail. Le mode de fonctionnement au travail qui devient profondément transformé de par l'implosion d'internet et de la crise économique. On est alors sur de nouveaux concepts comme le télétravail, l'entreprise libérée, où l'on met en autonomie les personnes. Une forte autonomie des personnes parce que l'on peut contrôler différemment l'activité et via des technologies comme les téléphones portables avec des systèmes de géolocalisation, les systèmes de communication disponible nuit et jour par les mails ou des tableaux de bord à remplir de chez soi. On voit bien que ces nouvelles technologies ont profondément changé le travail et donc on s'adapte. Notamment le mercredi après-midi pendant la sieste des enfants, je peux m'octroyer du temps pour travailler ou bien le dimanche parce que papa est là pour s'occuper tes enfants.

## Entretien n° 4

**Date :** 02/03/2017 à 14 h

**Enquêtrice :** Flora Querrec

**Enquêtée :** Maud

**Transcription :** Flora Querrec

**Durée :** 1 heure

**Moyen de communication :** appel téléphonique

**Flora Querrec : 1. Présentation de l'association : objectifs, la principale fonction et le poste de l'interviewée.**

Maud : Nous sommes une association qui a été créée en novembre 2001 à Espelette, célèbre pour ses piments, mais également pour son entrepreneuriat féminin. On s'appelle Andere Nahia, cela veut dire *volonté de femmes* en basque et donc nous sommes sur un positionnement assez spécifique puisque l'objet de l'association est l'indépendance financière des femmes par le biais de la création d'activité et de la création de projet au sens large soit par la reconvention professionnelle. Je m'explique, cette association, elle est née suite à un stage de l'ANPE à l'époque sur la création d'activité à laquelle participaient cinq femmes qui se sont créées une dynamique collective d'information, de solidarité. Elles ont continué après leurs trois mois d'accompagnement à la création par l'ANPE à se voir régulièrement pour s'entraider, se donner des infos, etc. De cela est née l'association Andere Nahia qui a grossi au fur et à mesure des années. On aura bientôt 16 ans, cette année et l'on regroupe grosso modo 120 adhérentes par an qui tournent. Il y a des filles qui sont là depuis quinze ans, moi je suis adhérente depuis 2014. La spécificité de notre association est qu'effectivement, on n'est pas dans une démarche d'échanges de business. On n'est pas un club d'entreprises, mais on est vraiment dans une démarche de solidarité et de soutien pour les femmes qui souhaitent monter leur entreprise, monter un projet quel qu'il soit, on n'a pas de critères dans les statuts juridiques par exemple. C'est-à-dire, que la personne qui vient nous voir en voulant créer une association, nous l'accompagnons comme celles qui veulent monter une SARL. Je vous réponds aujourd'hui parce que je fais partie des adhérentes, je suis également entrepreneure et en fait on fonctionne comme cela. L'association a deux salariées à temps partiel qui est un équivalent temps plein, avec une à trois jours et l'autre à deux jours. Elles sont par ailleurs sur l'autre temps partiel, cheffes d'entreprise également. On tient à cette notion-là parce qu'on estime qu'on a besoin d'avoir les mains dans la création, dans l'entrepreneuriat, dans le développement du monde de l'entreprise pour pouvoir être le plus efficace dans l'accompagnement qu'on propose aux femmes. Du coup, tout le conseil d'administration est entièrement féminin et ce sont toutes des femmes d'entreprises alors à différent niveau. C'est-à-dire qu'il y a des filles qui sont en train de se lancer, d'autres qui sont entrepreneures depuis quinze ans, sur tout secteur d'activité. Cependant, à ma connaissance, nous n'avons pas d'adhérentes qui sont dans les métiers de

l'innovation, start-up, etc.... Ce ne sont pas nos profils. Nous sommes sur un territoire, Espelette, qui est suburbain, inclus dans le Pays Basque. Il se trouve à l'entre deux, entre l'intérieur du Pays-Bas qui est très rural et la côte basque, qui est beaucoup plus urbanisée. C'est une volonté de rester à Espelette, justement pour pouvoir continuer à intervenir sur des territoires beaucoup plus ruraux, où il y a des besoins de femmes, puisque souvent, elles manquent d'accès au service public. Du coup, notre fonctionnement c'est de pouvoir organiser les animations et les réunions qu'on fait sur tout le territoire du Pays Basque et des Landes. On a ouvert en 2016, un groupe d'Andere Nahia à Pau qui a la même stratégie. Par rapport au service public, on se positionne comme complémentaire. On ne refait pas ce qui est fait notamment par le service public, enfin aujourd'hui nous sommes un peu dans l'entre-deux, car le Service Public de l'Emploi n'accompagne plus jusqu'à l'immatriculation de l'entreprise, mais plutôt en amont sur le portage de projet. Ceci est un premier changement. Donc, nous on se positionne en complémentarité des chambres de métiers, des chambres de commerce qui font de l'accompagnement technique. Andere Nahia se cale sur un regard de prise en compte globale de la personne et de la femme. Notre slogan c'est : « Une femme, une vie, une entreprise » pour signifier qu'on a un regard global sur les parcours de vie des personnes, sur les contraintes en tant que femme, mère de famille. On essaye avec elles de trouver des leviers par rapport à ces freins pour la création, l'émergence de leur projet. Le positionnement est l'accompagnement de toute la vie de l'entreprise. C'est-à-dire qu'on peut avoir des femmes qui nous appellent avec une idée, certaines qui ont déjà un numéro de Siret, qui sont déjà immatriculées avec un statut juridique. On a aussi des femmes qui sont entrepreneures depuis très longtemps avec des entreprises qui tournent très bien et qui sont sur du développement d'entreprise (s'agrandir, recruter, stratégie, etc.). On accompagne aussi jusqu'à la fermeture de l'entreprise pour les femmes qui se retrouvent dans une impasse parce que leur projet n'a pas marché souvent pour des raisons financières. Elles sont obligées de fermer, car elles ne vivent pas de leur activité et elles sont en train de se mettre dans une situation financière compliquée, d'endettement. Du coup, on les accompagne aussi à la fermeture de leur entreprise. C'est donc un positionnement sur toute la vie de l'entreprise, de la femme entrepreneure, de porteuse de projet au sens large.

### **Donc, vous avez des femmes de tout âge ?**

Cela a changé, c'est en train d'évoluer. On était plutôt sur des femmes entre 45 et 55 ans il y a quelques années. Aujourd'hui, ça évolue, mais la typologie du public évolue aussi énormément. Je suis ethnologue de formation donc j'ai un regard sur ces évolutions. On est sur un territoire particulier avec une culture particulière. Le Pays Basque est un territoire porteur de culture et de valeurs. C'est un territoire sur lequel on trouve beaucoup de coopératives. Culturellement nous sommes dans cette notion de coopération et de collectif. Et du coup, au niveau de la typologie des femmes, elle évolue. Il y a quelques années, on était plutôt sur un profil de femmes avec un faible niveau de qualification, en deuxième partie de carrière, entre 45 et 55 ans. Nous sommes sur un territoire où il y a peu d'emploi au niveau rural comme au niveau urbain, on est sûr de l'activité saisonnière sur la côte. De la part de ces femmes, il y avait beaucoup de reconversions professionnelles par volonté de stabiliser son poste. Aujourd'hui, cela fait quelques années que l'on constate qu'il y a des jeunes, que je mets dans la catégorie 18-25 ans. On a quelques jeunes qui sont arrivées de moins de 25 ans, très peu.

## **Et au niveau des études de ces jeunes ?**

Avec un niveau de qualif plus élevé. On le voit, c'est à l'image de la mutation du marché du travail, on a des jeunes femmes qui sont formées, elles ont des Bac+4-5 et qui se disent : qu'est-ce que j'ai envie de faire ? Est-ce que je deviens salariée ?

Elles ont souvent eu une première expérience salariée qui ne les a pas convaincus et du coup elles ont envie de créer leur job. Après cela reste minoritaire sur cette catégorie, mais on élargi si vous voulez la tranche sur les 25-45 ans. Là, le nombre d'adhérentes augmente avec des niveaux de qualification très élevés et avec aussi l'introduction d'entreprises de prestations de services intellectuelles. Alors qu'avant on était plus sur du commerce, de l'artisanat. Donc, on est un peu en train de changer de profil, fin les femmes qui étaient là avant, le sont toujours, mais il y a de nouveaux profils de jeunes femmes qui arrivent. En tout cas, l'objet de notre association est l'indépendance financière des femmes. C'est-à-dire, comment en tant que femme je suis indépendante pour faire des choix, je choisis d'élever mes enfants, mais je peux aussi choisir d'autres chemins qui me sont proposés, notamment l'entrepreneuriat et comment je gère ma vie professionnelle en fonction de mes qualifications, du territoire.

## **2. Vous êtes bénévole ou salariée de l'association ?**

Il s'agit d'un fonctionnement collectif, il n'y a pas de bureau, mais il y a un conseil d'administration composé de sept femmes adhérentes qui prennent les décisions en commun à la majorité. Il n'y a pas un bureau donc nous avons des co-présidentes identifiées, en termes de statut juridique. Nous avons deux co-présidentes et un conseil d'administration derrière elles. Moi, aujourd'hui, je suis adhérente de cette structure. Adhérente un peu particulière, car je fais beaucoup de bénévolat, mais aussi de par le métier que j'exerce, j'accompagne la structure. Je suis ethnologue conseil et ingénieure en projets donc je les accompagne aussi dans tout ce qui est ingénierie de projet, recherche de financement, d'un point de vue associatif et ingénierie. Je suis adhérente, mais je ne suis pas au conseil d'administration parce que je suis parfois prestataire de la structure.

Le fonctionnement est donc collectif, nous avons deux salariées. Une salariée qui est plus sur les fonctions d'animations collectives puisque nous proposons toute une palette d'animations. Nous faisons des réunions mensuelles d'échange et d'information où l'on se retrouve autour de la table dans différents lieux du territoire, pour pouvoir faire venir toutes les femmes qui en ont besoin. C'est de l'échange sur les avancées des différents projets, les difficultés. C'est de l'échange d'informations, de l'entraide, de la remobilisation, on se porte les unes, les autres. On tient au fait que nous ne sommes pas un club d'entreprise, d'abord parce qu'il y a des personnes sur le territoire qui le font très bien. Des associations que vous avez dû identifier comme *Femmes Chefs d'Entreprises (FCE)*, *Femmes 3000*, *Diriger Au Féminin*. Ce sont des clubs d'entreprises, où l'on fait de l'échange de business. Là, avec Andere Nahia, on est vraiment sur un positionnement différent de solidarité et dans ces rencontres collectives, on est vraiment sur une libération de la parole. C'est-à-dire, qu'on a le droit de tout dire. Les choses qui sont dites lors d'une rencontre ne sortent pas de la salle. On a le droit de dire qu'on est en galère, qu'on a un problème avec un-e client-e... Chose qu'on ne peut pas faire quand on est dans un club d'entreprise où l'on recherche du business. Elles ont une posture d'entrepreneure,

où l'on est en train de chercher des clients, donc on ne peut pas leur dire si on a un problème de trésorerie ou autre. On s'appuie sur la dynamique collective, car c'est cela qui nous intéresse de pouvoir créer ensemble des solutions. Il s'agit de faire émerger de l'intelligence collective autour de la question de l'entrepreneuriat féminin.

Après, j'ai fait un peu de recherches pour trouver des « copines » en France, j'ai identifié *Femmes de Bretagne*, qui je pense sont aussi sur cette dynamique et les mêmes valeurs.

### **Oui tout à fait.**

Après, j'ai dû mal à identifier d'autres gens. On travaille beaucoup aussi avec le Pays Basque espagnol sur les programmes espagnols et là, nous retrouvons beaucoup de choses qui nous ressemblent. C'est pour cela que nous avons une vraie dynamique collective avec des structures en Pays Basque sud. Mais du coup si vous avez des associations et des personnes à me transmettre, cela m'intéresse.

[...]

En termes d'animations, on a ces réunions collectives, mais aussi de l'accueil invendue pour les femmes qui ont des problématiques plus spécifiques comme : « Je n'arrive pas à monter mon business plan. Je recherche un local, qu'est-ce qu'un bail 3/6/9 (bail commercial) ? ». Ce sont des choses un peu plus techniques. C'est une de mes collègues salariées qui les reçoit, dont sa profession est d'accompagner à la création d'activité. Elle est par ailleurs sociétaire d'une SCOP. Elle prend en général le relai sur les rendez-vous individuels sauf si un membre a un besoin spécifique. Alors à ce moment-là, on essaye de mettre en place un binôme avec une de nos adhérentes spécialistes sur la question.

### **3. Par rapport aux réunions, avez-vous déjà abordé le thème des réseaux sociaux ?**

En fait, on a un autre type d'animation dans notre boîte à outils. Ce sont les ateliers participatifs, qui sont des modules d'une demie journée, d'une journée voire deux jours en fonction de la thématique. On fixe des thèmes lors de la première réunion, généralement autour de la galette des rois en janvier. On fait un état des lieux des besoins des adhérentes. On repère dans nos adhérentes, les personnes qui peuvent être ressource sur le sujet et du coup on met en place des ateliers participatifs. Ils sont payants, ils coûtent vingt euros pour l'adhérente. Ce type de thématique ressort quasiment tous les ans sur l'utilisation des réseaux sociaux et toutes ces questions-là. Des adhérentes expertes dans le domaine proposent un module d'échange et de mutualisation de compétences sur ces questions-là. Après, tout un tas d'autres choses sont traitées pendant ces ateliers, car il y a des thèmes récurrents comme la comptabilité. Mais les réseaux sociaux font toujours parti des demandes.

### **Oui c'est un thème assez récurrent...**

Oui puis la difficulté, quand on est fleuriste par exemple, on est experte dans son métier, mais on ne sait pas forcément se faire une page Facebook pro. Il est donc nécessaire d'avoir quelques clés pour pouvoir utiliser les réseaux sociaux à bon escient pour son entreprise.

#### **4. En général, les personnes qui sont en demande d'ateliers sur ce thème, quelles sont leurs motivations ?**

Selon moi, je ne sais pas trop. Moi par exemple, à titre personnel dans mon entreprise, je m'en sers comme veille informatique. En général, je pense que l'une des principales motivations est l'utilisation comme un outil de communication. Il faudrait leur demander car je ne sais pas vraiment.

#### **5. Parmi les femmes qui ont créé leur entreprise ou repris une entreprise, pourriez-vous me dire si certaines dirigent des entreprises familiales ?**

Alors je réfléchis, car je ne les connais pas toutes. Moi, comme ça, je ne vois pas de personnes. Il y a eu des reprises d'entreprise.

#### **6. Quel serait pour ces femmes, la ou les principale-s motivations pour créer son activité ?**

Cela dépend un petit peu de l'évolution de notre tranche d'âge. Sur les filles que j'identifie qui sont plutôt jeunes, les moins de 25 ans, le font dans une démarche de mutation du marché de l'emploi, de travailler autrement, avec des valeurs, d'avoir du sens. Elles veulent créer leur boîte pour maîtriser les valeurs qu'elle porte. Pour les femmes un peu plus âgées, sur des tranches d'âge de 45/55 ans, c'est souvent par défaut. Cela fait souvent suite soit à une rupture de contrat de travail salarié, soit aussi par rapport à une expérience de salariat difficile avec des burnout. Après, sur notre territoire, il y a la question du manque d'emplois.

On a créé des groupes d'entraide pour les femmes qui ont créé leur entreprise depuis minimum cinq ans, mais qui ne vivent pas de leur activité. Effectivement, il est facile de créer une entreprise, en un quart d'heure sur *Autoentrepreneur.com* et vous êtes entrepreneur-e. Cela ne veut pas dire que l'on vit de son activité, cela ne veut pas dire que l'on tire un revenu de son activité. Et nous, ce qui nous intéresse au même titre je pense que *Femme de Bretagne*, c'est l'indépendance financière des femmes, non pas leur précarité ni la précarisation des femmes. Elles doivent pouvoir vivre correctement de leur entreprise. Du coup, nous créons des groupes d'entraide, car on s'aperçoit que des filles ont créé depuis 4-5 ans et elles n'arrivent pas à se sortir un salaire, alors qu'elles payent leurs charges. Elles ne sont donc pas dans une situation de l'entreprise catastrophique, mais elles n'arrivent pas à se rémunérer. Nous reprenons avec elles ce parcours-là, quels leviers nous avons, faut-il investir ou pas, le traitement de l'information pour pouvoir analyser l'activité, afin de sortir de la précarité. On a un peu cette typologie-là.

Au niveau des chiffres, la dernière recherche de l'INSEE sur ces questions, on avait encore diminué en passant de 30 % à 28 % de créatrice sur l'ensemble des créateurs en France. C'est une légère diminution, cependant elle est significative. Elle veut dire que cette question de l'entrepreneuriat féminin est absolument à travailler puisqu'on est encore dans un processus de diminution.

### **Selon vous, pourquoi ce chiffre serait en baisse ?**

Nous retrouvons plusieurs freins, comme le regard des investisseurs, notamment les banques sur les projets d'entrepreneuriat féminin. Quand vous êtes une femme et que vous allez demander un prêt pour monter votre entreprise, on vous demande généralement le nombre d'enfants et leur âge. Alors que si vous êtes un homme, la banque vous demandera votre business plan. Ce n'est pas la même chose même si ce regard est en train d'évoluer. Il y a aussi la posture de la femme, qui doit changer, notamment au niveau de la confiance en soi pour chercher des fonds, financements. Les femmes doivent se reconnaître comme compétente et doivent lever leurs craintes. Ce chiffre de création d'activité avec le plafond des 30 % est très difficile à dépasser. Ce qui est hyper important dans l'entrepreneuriat féminin et un critère de réussite dans la création de l'activité est le soutien du conjoint. C'est-à-dire que si vous avez un conjoint ou une conjointe qui sape votre projet et bien vous n'arriverez pas à le monter. Au niveau d'Andere Nahia, j'ai envie de travailler sur cette question-là, de la place du conjoint et de pouvoir faire peut-être de la sensibilisation auprès des conjoints de nos adhérentes. C'est un vrai enjeu. Les filles qui sont soutenues ont de l'énergie à revendre. Après les chiffres disent aussi que les femmes qui créent leur entreprise sont plus pérennes au prorata des hommes. Les entreprises féminines sont plus pérennes. On voit très bien que les entreprises avec une femme à la tête n'utilisent pas le même type de management.

[...].

## Entretien n° 5

**Date :** 02/03/2017 à 15 h

**Enquêtrice :** Flora Querrec

**Enquêtée :** Laurence

**Transcription :** Flora Querrec

**Durée :** 35 minutes

**Moyen de communication :** Skype

### **Flora Querrec : 1. Présentation de l'association : objectifs, la principale fonction et le poste de l'interviewée.**

Laurence : Je suis co-fondatrice et actuelle présidente de l'association. Cette association en Bourgogne, c'est une émanation d'une association qui avait été créée trois ans plus tôt en Franche-Comté. Je ne sais pas si vous connaissez un peu la région, mais disons que Vesoul<sup>78</sup> le soir en hiver, au bout d'un moment on se lasse un peu. C'est une heure et quart de route de Dijon avec que des petites routes. Puis, à un moment, on s'est dit qu'on voulait aussi créer une nouvelle entité dans Dijon. Donc c'est de là, qu'est née l'association sur la Bourgogne. Le but de cette association est de soutenir les femmes dans leur développement personnel et professionnel ; en travaillant à la fois sur la partie développement personnel, la partie entrepreneuriat, la partie égalité, etc. C'est une association qui se veut participative, c'est-à-dire que ce n'est pas nous au bureau qui organisons tout. C'est vraiment chaque adhérente qui organise ses propres ateliers, ses propres animations et qui peut inviter les autres. L'idée est de faire un réseau qui vive parce que si c'est nous qui organisons à chaque fois et que les femmes du réseau viennent juste consommer, finalement le réseau ne vit pas. On est vraiment sur du participatif. On a entre quarante et cinquante adhérentes et chaque atelier réunit entre dix et quinze personnes. Nous participons à des événements plutôt nationaux ou régionaux qui nous permettent de créer des choses un peu plus importantes. L'idée est vraiment que chaque adhérente puisse organiser sa propre soirée pour faire parler d'elle, pour sortir de sa coquille, car ce n'est pas toujours évident de parler devant des gens qu'on ne connaît pas et puis après c'est le prétexte pour faire connaissance.

Je ne sais pas si cela répond à votre question...

---

<sup>78</sup> Vesoul : endroit où se trouvait la première association auparavant.

**2. C'était très bien, une présentation très brève et concise, parfaite. Donc, les ateliers sont créés par les membres, est-ce que ce sont des ateliers à thème, par exemple sur la comptabilité... Comment cela se passe ?**

Alors sur la comptabilité, on n'a jamais eu. On a des ateliers sur le développement personnel, car nous avons quelques coaches dans l'association. On a des ateliers comme prendre la parole en public, mais on a fait aussi du yoga du rire, car on avait une femme qui faisait ça. Nous faisons aussi des ateliers de cuisine de temps en temps, parfois du sport. J'ai découvert la marche nordique. C'est en fonction de chacune, de ce qu'elle a envie de faire. Parfois, c'est professionnel ou en lien avec leur activité extra professionnelle. Nous laissons la liberté à chacune de pouvoir organiser ce qu'elles désirent.

**3. Avez-vous déjà eu des ateliers sur le thème des réseaux sociaux ?**

Oui, on nous a demandé d'organiser des soirées pour créer son profil Facebook, pour apprendre à se servir de Twitter, pour optimiser son compte LinkedIn. J'en fais régulièrement sur l'utilisation d'une Dropbox et chaque adhérente a le lien d'accès à notre Dropbox. Régulièrement, des fichiers disparaissent [rires], mais ce n'est pas grave, c'est en faisant qu'on apprend. Heureusement qu'il existe la fonction restauration.

**4. En général, quel est le projet de vos adhérentes ? Créer son emploi ou bien créer une entreprise avec plusieurs salariés à la clé.**

La plupart du temps on est vraiment sur une création de son propre emploi, on est plus dans l'esprit j'essaie de mixer ma vie privée et ma vie professionnelle en faisant un truc qui me plaît. On retrouve souvent cette problématique-là. Après effectivement, il y a certains projets avec un ou deux salariés, mais globalement, lorsqu'elles viennent on est sur la problématique de « je veux faire un truc qui me plaît ».

**D'après vous, l'une des principales motivations pour que les femmes créent leur entreprise serait de pouvoir s'épanouir, de faire quelque chose qu'elles aiment.**

On est dans l'épanouissement et la conciliation vie privée/professionnelle. On s'aperçoit qu'il y a beaucoup de jeunes mamans qui pensent pouvoir concilier la vie professionnelle et la vie familiale. Nous nous sommes moins jeunes mamans et on leur dit que ce n'est pas si facile de concilier les deux qu'il n'y paraît ; créer une boîte avec des petits.

**5. Pensez-vous que les réseaux sociaux peuvent aider à concilier la vie professionnelle avec la vie privée ?**

Je dirais que la conciliation de la vie privée avec la vie professionnelle est avant tout un état d'esprit. Pour moi, réseaux sociaux ou pas, si votre enfant ne supporte pas que vous soyez devant un ordinateur, réseaux sociaux ou pas, vous n'y arriverez pas. Un enfant, ça s'élève aussi, il faut le rendre indépendant, savoir utiliser le papa quand il est là. Ce n'est pas parce qu'on est à la maison, qu'on va pouvoir facilement se mettre derrière l'ordinateur, si l'enfant est toujours actif à vos côtés, vous ne pourrez pas travailler. Si on est préparé à cela, ce sera plus simple. Les réseaux sociaux sont une grande aide pour la partie communication, pour se

faire connaître. Encore faut-il les maîtriser. Je me rends compte que beaucoup de personnes maîtrisent le réseau social ou les réseaux sociaux à titre personnel, mais entre avoir un profil Facebook et une page Facebook, ce n'est pas la même chose. Il arrive que certains membres créent des profils personnels au niveau professionnel, forcément Facebook supprime le profil. Alors que c'est une page qu'il fallait créer. Il y a un vraiment un manque de connaissance. À mon avis, c'est assez dramatique, après on essaye de faire tout un tas d'animations, j'ai des collègues qui sont spécialisés là-dedans, qui font des animations régulièrement pour apprendre à s'en servir. On en fait aussi avec le Medef. Le but est d'agir dans ce sens-là, mais c'est vrai que beaucoup ne font pas la différence entre le pro et le perso sur les réseaux sociaux. C'est ce que permet aussi l'entrepreneuriat, c'est finalement avoir une meilleure osmose entre le pro et le perso. Maintenant, les réseaux sociaux, on ne les utilise pas de la même façon au niveau pro et perso.

#### **6. Selon le retour que vous avez de vos membres qui ont créé leur entreprise et qui ont été soutenues par votre association, quel type de réseau social utilisent-elles davantage ?**

Notre association est principalement un réseau, nous n'avons pas d'accompagnement particulier. Il y a suffisamment de réseaux professionnels d'accompagnement et d'institution dans le coin. On ne se mêle pas de cela. On est vraiment intéressées par la partie humaine et le développement personnel. C'est aussi sur ces thèmes qu'on peut trouver des financements. Notre activité vient en complément des structures d'accompagnement. Pardon, quelle était votre question déjà ?

#### **Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés selon vos membres ?**

Là, on fait une expo le 8 mars sur les savoir-faire féminins et à chaque fois, je leur ai demandé leur page Facebook et leur site internet pour pouvoir faire un peu de communication en partageant l'événement Facebook. On pourrait dire que 80 % d'entre elles ont une page Facebook et 80 % ont un site ou un blog. Certaines ont les deux, d'autres, un sur les deux.

#### **D'accord et sinon les autres réseaux sociaux, type Twitter, Instagram ?**

Twitter est très peu utilisé, Instagram est utilisé plutôt par celles qui fabriquent et vendent des objets, un peu déco par exemple, mais ce n'est pas systématique.

#### **Et LinkedIn ?**

Oui, mais c'est un réseau pro. J'ai une page LinkedIn, mais je suis dans l'impression 3D. C'est très masculin et très technique. On a quand même beaucoup de femmes qui sont dans la création de bijoux, de vêtements, d'objets, des savons, des accessoires pour enfants, donc sur LinkedIn, il n'y a pas d'espace pour cela. Par contre, plusieurs membres qui vendent en ligne, sont présentes sur des sites de vente comme Etsy, Little Market. Cela leur évite d'avoir à créer son propre site.

## **7. Quel serait le profil sociodémographique des femmes membres sein de votre association ?**

Nous avons quelques jeunes mamans, mais globalement on va dire au-delà de 35/40 ans. Après, c'est plus lié à la typologie féminine. C'est-à-dire que chez les plus jeunes, on est sur la concurrence et on n'est pas sur la bienveillance. Mais il y a un moment donné, un stade d'âge, peut-être quand les enfants ont grandi et qu'on s'est pris quelques claques dans la tête où l'on passe à autre chose, que l'on a envie d'autre chose dans sa vie. Lorsqu'on est jeune, on est beaucoup dans la concurrence. Nous, nous ne sommes pas sur le même fonctionnement de réseau. Lorsque les jeunes femmes deviennent maman, on sent se développer une réelle solidarité féminine. C'est notamment à ce moment-là qu'on a besoin d'avoir un réseau, car il y a toujours des imprévus dans l'organisation qu'on a mis en place. Si, il n'y a pas ce lien, alors cela devient compliqué. Je n'ai jamais eu mes parents ni mes beaux-parents dans la ville où j'habitais donc si je n'avais pas eu ce lien et ce réseau, il y a certains moments, je ne pouvais pas aller bosser. Et en profession libérale, ça ne le fait pas même c'est déjà arrivé.

## **8. Quelle est votre profession ?**

J'en ai plusieurs, je suis en profession libérale depuis plus de vingt ans, je suis formateur consultante en gestion industrielle et gestion de projet. Donc je suis parfois en entreprise ou en centre de formation. Il y a deux ans, j'ai créé une société d'impression 3D et sinon je suis cofondatrice de deux associations : K'elles énergies et Kelle Fabrik qui est un Fab Lab sur Dijon.

## **9. Selon vous, quelles seraient les raisons et les motivations qui amènent les femmes à utiliser les réseaux sociaux dans le monde professionnel ?**

La facilité, je pense. C'est super facile d'accès et puis l'habitude de le faire à titre perso. Les plus anciennes ont leur apprend à le faire et après elles s'y mettent assez vite. Pour les plus jeunes, cela paraît tellement naturel. Après, il faut veiller à bien les utiliser, mais ça ne leur pose pas de soucis du tout.

## **10. Parmi les personnes qui ont créé leur entreprise, savez-vous si elles ont des associé·e·s ou si elles sont généralement seules ?**

Alors on va dire que les plus gros projets sont souvent des associés, ils sont portés par deux personnes.

### **Généralement deux femmes ou il y a une mixité ?**

Les deux gros projets en ce moment sont plutôt des projets industriels, ce sont deux femmes. Sinon les sites internet, souvent les femmes sont toutes seules. D'où l'idée du réseau qui permet de faire des propositions commerciales à plusieurs. Par exemple, nous avons une photographe qui s'est alliée avec une esthéticienne et elles font des propositions de tout-en-un pour des portraits. L'esthéticienne maquille et la photographe peut réaliser les portraits. Anne, la photographe s'est aussi alliée à quelqu'un spécialisé dans l'illustration graphique. Pour les mariages, elles proposent un pack photos, faire-part, etc.

### **Donc, votre association a permis de créer ces liens ?**

Oui les rencontres physiques sont vraiment importantes dans le cadre de notre association et dans la construction du réseau. Effectivement ce qui fait vivre le réseau et ce qui permet à tout le monde de connaître, c'est la page Facebook. Nous avons aussi un blog, mais c'est compliqué de le maintenir actif, les membres n'ont pas le réflexe d'écrire et de poster.

### **11. Pensez-vous que la création d'entreprise permet de compenser un certain nombre d'emploi ?**

Pour moi, il s'agit d'un processus. La création de son entreprise ou de son activité est l'aboutissement d'un long processus. Certaines femmes sont mûres à vingt ans, d'autres à quarante ans.

### **12. Quel est le parcours de vos membres (études, expériences professionnelles) ?**

On a vraiment de tout, mais il est vrai que c'est plus facile lorsqu'il y a un conjoint parce que le risque est moins important.

[...].

## Entretien N° 6

**Date :** 26/04/2017 à 18 h

**Enquêtrice :** Flora Querrec

**Enquêtée :** Murielle

**Transcription :** Flora Querrec

**Durée :** 55 minutes

**Moyen de communication :** appel téléphonique

**Flora Querrec : 1. Présentation de l'association : objectifs, la principale fonction et le poste de l'interviewée.**

Murielle : Je possède ma propre entreprise aujourd'hui qui est un organisme de formation, qui s'appelle Accofor. Il agit aussi bien dans le monde privé comme associatif, mais avec une vision un peu décalée de la formation par rapport aux années assez classiques. C'est-à-dire qu'on ne parle pas encore de pédagogie, je parle seulement de formations qui permettent aux personnes de prendre plaisir à réapprendre. Nous les mettons aussi en pratique sur des thématiques avec des formateurs différents : cuisinier, œnologues, entraîneurs sportifs, créateurs de parfum et des comédiens qui viennent nous aider à retravailler la façon d'aborder les sujets. Comme beaucoup d'entrepreneurs en France, j'ai créé ma société immobilière qui permet d'investir aussi et je suis actionnaire de petites entreprises. Tout simplement on est dans le réseautage, donc c'est l'humain. Deux femmes cheffes d'entreprises qui n'ont pas obtenu de prêts de la part des banques, pour qui je me suis portée caution.

**Vous avez vraiment un parcours atypique en étant positionnée sur différents axes.**

Ça oui ! J'ai aussi la chance d'être la vice-présidente de l'Entrepreneuriat Au Féminin en France, c'est-à-dire vice-présidente de l'EF qui est une association nationale qui défend l'entrepreneuriat au féminin en France. Pour la CPME (Confédération des Petites et Moyennes Entreprises), il faut voir qu'en général les plus grands réseaux sont liés aux syndicats patronaux. Nous on a quand même notre indépendance vue qu'on est une association nationale à part entière, mais c'est vrai qu'on est très en lien. Ce qui nous permet d'avoir un réseau plus grand avec plus de portée et un regard institutionnel plus important. C'était une volonté de départ. Notre association est mixte et c'est un point crucial. Parce que nous sommes persuadés que c'est ensemble et avec les hommes que nous pouvons faire évoluer les mentalités, non pas les femmes d'un côté, les hommes de l'autre. Le conseil d'administration est composé d'hommes et de femmes. Les adhérents sont composés aussi d'hommes et de femmes. C'est un point crucial pour nous, car c'est comme cela qu'on peut faire évoluer les mentalités et aider les femmes et les hommes à trouver chacun son soutien. C'était une volonté de départ. L'association a deux objectifs. Le premier est de pousser les femmes à oser parce que même si

cela fait des années que des associations existent, on s'aperçoit bien aujourd'hui avec les statistiques que la France n'évolue pas depuis ces dix dernières années. Le peu de pourcentages qui ont augmenté sont plutôt liés à la notion de la création de l'auto-entrepreneuriat. Pour nous, c'est plutôt une catastrophe qu'autre chose. Cela veut donc dire qu'officiellement on recule et si l'on regarde les chiffres en Europe, on a reculé en termes de position. Avec une majorité de femmes qui veulent se créer un emploi en premier lieu. C'est pour nous une notion qui fausse un peu les choses et qui nous permet pas de savoir si elles partent vers un réel projet d'entreprise ou si elles partent d'un projet de ne plus être à Pôle Emploi. Quand, je dis cela, on essaye de faire prendre conscience que créer son entreprise et donc être chef d'entreprise ce n'est pas un métier. Cela engage beaucoup de responsabilité. Au sein de notre association, nous nous sommes rendu comptes que le premier frein au développement des femmes, était les femmes elles-mêmes. C'est vraiment la notion de prise de risque qui doit être développée. Nous n'encourageons pas à faire n'importe quoi, la prise de risque doit se préparer, mais à un moment donné il faut aussi gérer ses peurs et oser y aller. Les femmes vont le faire beaucoup au niveau associatif ou solidarité, mais moins pour elles. Elles ont toujours du mal à se mettre en avant, ce n'est pas forcément dans notre culture. Il y a aussi un frein colossal dans la reprise d'entreprise. En France, on arrive à un papy-boom où très bientôt beaucoup d'entreprises vont faire l'objet d'un dépôt de bilan ou d'une fermeture parce que les dirigeants prennent leur retraite. Sur la reprise d'entreprise, il y a très très peu de femmes, déjà parce qu'elles ont l'impression de ne pas être capable et légitime. D'autant plus que souvent les dirigeants ont cette image qu'ils doivent retrouver en face d'eux quelqu'un qui leur ressemble. La reprise d'entreprise est vraiment un sujet de bataille pour nous. Les prochaines années risquent d'être catastrophiques pour la France si cette partie-là n'est pas reprise. En plus, créer son entreprise, c'est d'abord créer un emploi, donc c'est déjà bien. Reprendre une entreprise, c'est peut-être sauver plusieurs ou beaucoup d'emplois.

Concernant notre action, nous nous reposons sur la forte solidarité qui réside entre les femmes. On organise des réunions régulières entre nos adhérents et adhérentes mais aussi entre nos adhérents-es et nos partenaires. On a la chance d'avoir des groupes comme Generali, BNP Paribas qui nous ouvrent les portes de leurs réseaux ou de leurs formateurs. C'est un grand plus.

## **2. Comment s'appellent les temps de formation dans votre association ?**

On a des formations qui sont offertes à nos adhérentes qui peuvent être : créer son site web, améliorer sa profession même des ateliers de relooking où l'on essaye de travailler son image, des business dating où elles peuvent s'échanger leur carte de visite. On est en train de développer la notion de marrainage/mentorat pour qu'une personne qui a un peu plus d'expérience apporte un autre regard. On a voulu prendre un rôle doublement institutionnel en poussant les femmes à prendre des mandats dans les prud'hommes par exemple. Ce rôle institutionnel permet d'aller plus loin là-dessus en poussant les femmes à s'impliquer dans la société civile d'une autre manière et de se rendre compte de ce qu'elles savent faire. Cela leur permet de connaître leur légitimité.

**Vraiment, pour vous, c'est une vision globale. C'est-à-dire que ce n'est pas seulement permettre et développer l'entrepreneuriat féminin. L'indépendance des femmes passe**

**vraiment autour d'un travail global avec l'investissement dans l'associatif ou en prenant des mandats comme vous l'avez dit.**

Oui cela va beaucoup plus loin, car si vous vous limitez à l'entrepreneuriat féminin. En général vous allez avoir seulement les cheffes d'entreprises qui vont venir. C'est pour cela que nous sommes devenu une association nationale après deux années d'existence. Ce qui nous a permis d'accueillir des étudiantes, de faire venir également des salariées et des femmes dirigeantes. Il était important d'ouvrir les clubs aux salariées. C'était aussi l'occasion de rentrer dans les conseils d'administration des grandes entreprises et de privilégier l'intrapreneuriat. On pourra développer l'entrepreneuriat que si l'on développe l'intrapreneuriat.

**3. À travers ces dernières années avez-vous réussi à tracer un profil sociodémographique des femmes entrepreneures ou des femmes porteuses de projet au sein de votre association ?**

Il y a vraiment une pluralité dans les tranches d'âges. On est une association plus institutionnelle et c'est vrai qu'il existe des associations comme Force Femmes qui vont plus aller vers les femmes de plus de 45 ans. Nous on s'est dit que si on voulait changer les mentalités, il fallait qu'on touche tous les âges ; presque pour qu'une grand-mère, une mère et une fille puissent se poser la question de l'entrepreneuriat. C'était une réelle volonté d'ouvrir complètement. C'est une manière de créer du multigénérationnel. Vous voyez, il y a des étudiants qui viennent et ma présidente à 71 ans, je pense qu'on montre bien le lien intergénérationnel.

**4. Pensez-vous que les nouvelles technologies dont les réseaux sociaux peuvent aider les femmes à concilier leur vie professionnelle et leur vie privée ?**

Je pense qu'elles le pourraient si elles avaient déjà une plus grande estime d'elles-mêmes. Les réseaux sociaux sont un outil formidable mais ça ne reste qu'un outil. Si elles l'utilisent pour gagner du temps, alors oui. Mais si elles l'utilisent juste pour partager des recettes ou des adresses de coiffeurs plutôt que des informations professionnelles alors non. J'ai eu l'occasion d'organiser une table ronde sur les réseaux sociaux et les femmes, les résultats le montrent bien que les femmes utilisent plus souvent les réseaux sociaux pour partager des choses personnelles que pour leur job. C'est la grande complexité et toute la problématique du sujet. Par exemple, les hommes utilisent davantage les réseaux sociaux à titre professionnel que les femmes. Si vous regardez, les femmes vont plus avoir un compte Facebook qu'un compte LinkedIn ou Viadeo. Ce qui est vraiment dommage.

**4bis. Selon vous, pour quelles raisons les hommes en font davantage un usage professionnel que les femmes ?**

Je ne pense pas que les hommes se servent mieux que nous des réseaux sociaux. La seule chose c'est qu'on a l'impression que les femmes ont plus d'estime en étant derrière leur ordinateur que lorsqu'elles le font en direct mais ce n'est pas vrai. Dans la vie de tous jours, les cheffes d'entreprises ne vont pas se sentir mieux, plus légitimes ou plus estimables en écrivant sur Viadeo. On ne change pas la personne. Que ce soit par une interaction directe ou par le biais

d'un ordinateur, les femmes n'auront pas plus d'estime d'elles-mêmes et donc de confiance. Nous sommes sur la même problématique de fond.

**5. A votre avis, la création d'entreprise permet-elle de compenser l'absence d'emploi salarié ou la destruction d'emploi à laquelle, nous devons faire face aujourd'hui ?**

Je ne pense pas. Je crois qu'il y a deux choses derrière ce sujet. Premièrement, cela peut être de créer une activité qui permettra soit de la proposer à un entrepreneur qui vous recrutera comme salariée ou bien d'utiliser cette activité dans un projet de création d'entreprise. Il vaut mieux aller vers la notion d'activité peu importe la forme qu'elle prend. La deuxième chose notamment en France, le code du travail est quasiment plus important que celui du citoyen ce qui devient très compliqué ainsi que le lien organique. Le modèle français repose principalement sur le travail, c'est-à-dire que l'éducation, la retraite, la sécurité sociale, le chômage sont laissés de côté. Cela fonctionne lorsqu'on est en période plein emploi. Lorsqu'on n'est pas en période de plein emploi et bien on est là, où est la France. C'est très compliqué et dégrade le lien organique. Le code du travail est très lourd, les grandes structures ont décidé d'extérioriser une partie de leurs activités en créant des sous-traitants qui sont de plus en plus nombreux mais plus petits. Cela va créer une précarité. Effectivement, la sous-traitance permet de créer des emplois, mais aussi de la précarisation. C'est pour cela que les individus cherchent de plus en plus à créer une activité pour créer leur emploi.

Je pense que les réseaux sociaux pourront apporter aux femmes à deux conditions, la première est qu'ils soient utiles aux femmes et la deuxième, qu'elles apprennent réellement à s'en servir.

[...].

## Annexe 4 : Questionnaire en ligne

# FEMMES ENTREPRENEURES

L'objet de cette enquête est l'étude des expériences des femmes entrepreneuses dans l'utilisation et l'application des réseaux sociaux virtuels (social media marketing) dans le cadre de leurs affaires/entreprises afin d'en évaluer, les avantages et bénéfices, les barrières professionnelles et personnelles . Les informations recueillies dans cette enquête permettent d'obtenir une connaissance précise du processus d'intégration des nouvelles technologies qui commencent à pénétrer le milieu de l'entreprenariat. Ces informations seront traitées de manière confidentielle et pourront être utilisées pour réaliser des analyses dans le cadre des objectifs du Projet, en en diffusant les résultats dans différents milieux académiques et sociaux. Nous vous remercions par avance de votre précieuse collaboration sans laquelle la présente enquête n'aurait pas de sens.

Ce questionnaire contient 34 questions.

\*Obligatoire

## DONNÉES SOCIODEMOGRAPHIQUES

Veuillez lire attentivement les questions proposées et y répondre

**1. 1/34. PAYS: \***

*Une seule réponse possible.*

FRANCE

ESPAGNE

**2. 2/34. RÉGION/DEPARTEMENT: \***

---

---

---

---

---

**3. 3/34. AVEC QUELLE ASSOCIATION D'ENTREPRENEURS COLLABOREZ-VOUS? \***

---

---

---

---

**4. 4/34. ÂGE \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Moins de 25 ans
- De 26 à 35 ans
- De 36 à 45 ans
- De 46 à 55 ans
- De 56 à 65 ans
- Plus de 66 ans

**5. 5/34. ÉTAT CIVIL \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Célibataire
- Mariée-en concubinage
- Séparée-divorcée
- Veuve

**6. 6/34. ENFANTS \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Sans enfants
- 1 enfant
- 2 enfants
- 3 enfants
- Plus de 3 enfants

**7. 7/34. COMPOSITION DE VOTRE MÉNAGE \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Adulte sans enfant
- Deux adultes sans enfant
- Un adulte avec un enfant âgé de moins de 18 ans
- Un adulte avec des enfants âgés de moins de 18 ans
- Deux adultes avec un enfant âgé de moins de 18 ans
- Deux adultes avec des enfants âgés de moins de 18 ans
- Autre : \_\_\_\_\_

5. **8/34. NIVEAU DE FORMATION\***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Inférieur au Bac
- Bac
- Bac+ 2
- Bac+ 3 ou 4
- Bac+ 5 et plus

6. **9/34. UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS (RSV) SUR LE PLAN PERSONNEL \***

Une seule réponse possible par ligne.  
*Une seule réponse possible par ligne.*

|           | Je ne les connais pas<br>et ne l'utilise pas | Je les connais, mais<br>ne les utilise pas | Usage<br>occasionnel  | Usage<br>régulier     |
|-----------|--|--|-----------------------|-----------------------|
| Facebook  | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Youtube   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| WhatsApp  | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Twitter   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Instagram | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| LinkedIn  | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pinterest | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Google+   | <input type="radio"/>                        | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7. **10/34. QUI VOUS A INTRODUIT À L'USAGE DE CES NOUVELLES TECHNOLOGIES ? \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Famille (enfants, mari...)
- Amis
- Par mon réseau professionnel
- Moi-même
- Formation (cours...)
- Autre : \_\_\_\_\_

8. **11/34. QUAND AVEZ-VOUS COMMENCÉ À LES UTILISER ? \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Il y a moins d'un an
- Entre 1 et 3 ans
- Entre 3 et 5 ans
- Plus de 5 ans
- Autre : \_\_\_\_\_

**5. 12/34. POURQUOI AVEZ-VOUS COMMENCÉ À UTILISER LES RSV AU NIVEAU PERSONNEL (OU À AVOIR UN USAGE PERSONNEL DES RSV) ? \***

Indiquez, dans chaque cas, votre niveau d'accord sur une échelle allant de 1 à 5 1: Important; 2: Peu important; 3: Pas du tout important Une seule réponse possible par ligne.  
*Une seule réponse possible par ligne.*

|   | Complètement<br>d'accord | D'accord              | Indifférent           | Pas<br>d'accord       | Totalement<br>pas d'accord |
|---|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|
| Pour être plus connectée avec ma famille et mes amis                        | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Par défi personnel  | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Pour être plus proche de la réalité qui s'impose                            | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Pour acquérir de l'assurance et ne plus craindre les nouvelles technologies | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Par besoin professionnel  | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Établir et maintenir des contacts professionnels                            | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Être informé sur mes centres d'intérêt                                      | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |
| Rencontrer des personnes intéressante                                       | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      |

## **DONNEES DE L'ENTREPRISE**

**6. 13/34. STATUT JURIDIQUE \***

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Société unipersonnelle ou autoentreprise (entreprise individuelle)
- Société en nom collectif
- Coopérative
- SARL
- Société anonyme

**7. 14/34. ANNÉE DE DÉBUT D'ACTIVITÉ ENTREPRENARIALE \***

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Moins de 3 ans
- De 3 à 6 ans
- De 7 à 10 ans
- De 11 à 14 ans
- De 14 à 17 ans
- 18 ans ou plus

5. **15/34. SECTEUR D'ACTIVITÉ OU ACTIVITÉ PRINCIPALE \***

A quel secteur appartient votre entreprise ? Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Industrie
- Commerce
- Services
- Consultants ou avocats
- Construction
- Publicité et marketing
- Banque et finances
- Distribution
- Information
- Santé et beauté
- Télécommunications
- Transports
- Énergie
- Agroalimentaire
- Assurances, Tourisme et Loisirs
- Autre : \_\_\_\_\_

6. **16/34. NOMBRE MOYEN DE TRAVAILLEURS OU SALARIÉS \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Aucun (Autonome sans salarié)
- Moins de 10 (Microentreprise)
- Moins de 50 (Petite entreprise)
- Moins de 250 (Entreprise moyenne)
- Plus de 250 (Grande entreprise)

7. **17/34. ACTIVITÉ ANTÉRIEURE À LA GESTION DE L'ENTREPRISE \***

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Travaillait pour une autre entreprise dans le même secteur d'activité que mon affaire/entreprise actuelle
- Travaillait pour une autre entreprise dans un autre secteur d'activité
- Sans expérience antérieure
- Expérience dans l'entreprise familiale
- Chômage
- Autre : \_\_\_\_\_

**5. 18/34. QUELLES SONT LES RESSOURCES DE FINANCEMENT POUR LA CRÉATION DE VOTRE ENTREPRISE? \***

Une seule réponse possible.  
*Une seule réponse possible.*

- Fonds propres (épargne, licenciement...)
- Prêts de personnes proches (familles, amis...)
- Prêts officiels
- Prêts bancaires
- Autre : \_\_\_\_\_

**6. 19/34. FACTEURS QUI ONT FAVORISÉ L'IMPLANTATION DE VOTRE COMMERCE OU ENTREPRISE \***

Indiquez, dans chaque cas, votre niveau d'accord sur une échelle allant de 1 à 5: 1: complètement d'accord; 2: d'accord; 3: indifférent; 4: pas d'accord; 5: totalement pas d'accord  
 Une seule réponse possible par ligne.  
*Une seule réponse possible par ligne.*

|  | 1.<br>Complètement<br>d'accord | 2.<br>D'accord        | 3.<br>Indifférent     | 4. Pas<br>d'accord    | 5. Totalement<br>pas d'accord |
|--|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------|
| Disponibilité de ressources financières pour la création et le développement d'entreprises | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Politiques et programmes de soutien pour l'entrepreneuriat féminin                         | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Mon niveau de formation  | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| J'ai des aptitudes, connaissances, expériences pour créer une entreprise                   | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Je connais une personne qui a créé une entreprise dans les trois dernières années          | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Cela me permet de concilier ma vie personnelle et professionnelle                          | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |

**20. 20/34. UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS OU MASS MEDIA DANS SON ENTREPRISE? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

- Oui
- Non
- Si non, dire pourquoi dans l'option autres. Ensuite, laisser au questionnaire.
- Autre : \_\_\_\_\_

**20. 21/34. AVEZ-VOUS UN PROFIL PROFESSIONNEL DIFFÉRENT DU PROFIL PERSONNEL?**

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Oui, pour moi c'est nécessaire
- Non, dans mon cas ce n'est pas nécessaire
- J'utilise le réseaux sociaux de manière différentes selon les profils
- Autre : \_\_\_\_\_

**21. 22/34. RÉSEAUX SOCIAUX QUE VOUS UTILISEZ DANS VOTRE ENTREPRISE**

Une seule réponse possible par ligne.

*Une seule réponse possible par ligne.*

|           | Je ne les connais pas<br>et ne les utilise pas | Je les connais, mais<br>ne les utilise pas | Usage<br>occasionnel  | Usage<br>régulier     |
|-----------|--|--|-----------------------|-----------------------|
| Facebook  | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| YouTube   | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| WhatsApp  | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Instagram | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| LinkedIn  | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pinterest | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Google+   | <input type="radio"/>                          | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**22. 23/34. RAISON OU RAISONS POUR LESQUELLES VOUS N'UTILISEZ PAS UNE OU PLUSIEURS DES RSV PRÉCÉDEMMENT CITÉS**

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Manque de moyens
- Manque de préparation
- Je ne les trouve pas nécessaires
- Ce n'est pas encore le moment
- Je ne connais pas leur utilité
- C'est probable dans le futur...

**20. 24/34. FACILITÉ D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX**

Indiquez, dans chaque cas, votre niveau d'accord sur une échelle allant de 1 à 5 :  
1: complètement d'accord; 2: d'accord; 3: indifférent; 4: pas d'accord; 5: totalement pas d'accord  
Une seule réponse possible par ligne.

*Une seule réponse possible par ligne.*

|  | 1.<br>Complètement<br>d'accord | 2.<br>D'accord        | 3.<br>Indifférent     | 4. Pas<br>d'accord    | 5. Totalement<br>pas d'accord |
|--|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------|
| Utiliser les RSV dans l'entreprise/commerce est, ou a été facile pour moi  | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Dans l'ensemble, je crois que les activités les plus courantes réalisées avec les RSV dans l'entreprise sont faciles | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Je crois que ce sera facile pour moi d'acquérir des compétences pour réaliser de nouvelles activités avec les RSV    | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Cela ne me demanderait aucun effort mental particulier de réaliser des activités (avec les RSV) dans l'entreprise    | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| Mon interaction avec les RSV que j'utilise est claire et   | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         |
| compréhensible   |                                |                       |                       |                       |                               |

**25. 25/34. LA GESTION DES RSV COMME INSTRUMENTS DE COMMUNICATION ET DE MARKETING**

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Je m'en occupe personnellement
- Je m'en occupe mais avec les services de « community management »
- Le département de marketing s'en charge directement
- A travers de PartnerUp
- Autre : \_\_\_\_\_

**25. 26/34. INTÉRÊT DES RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS DANS MON ENTREPRISE/COMMERCE**

Indiquez, dans chaque cas, le niveau d'intérêt Une seule réponse possible par ligne.  
*Une seule réponse possible par ligne.*

|   | 1.<br>Toujours        | 2.<br>Souvent         | 3.<br>Parfois         | 4.<br>Rarement        | 5.<br>Jamais          |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Améliore l'image de l'entreprise/commerc                  | <input type="radio"/> |
| Promotion de produits/services                            | <input type="radio"/> |
| Vente de produits/services                                | <input type="radio"/> |
| Connaître l'opinion de mes client                         | <input type="radio"/> |
| Capter les clients potentiels                             | <input type="radio"/> |
| Diffuser de l'information: messages, événements, blogs... | <input type="radio"/> |
| Gain de temps   | <input type="radio"/> |
| Analyser la concurrence                                   | <input type="radio"/> |
| Fidéliser la clientèle                                    | <input type="radio"/> |
| Communication interne                                     | <input type="radio"/> |
| Contacter des fournisseurs ...                            | <input type="radio"/> |

**26. 27/34. LAQUELLE OU LESQUELLES DE CES RSV PLUS SPÉCIALISÉES CONNAISSEZ-VOUS?**

Plusieurs réponses possibles.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Xing (interaction entre grands entrepreneurs et employés)
- Cionet (spécialisé dans les réseaux entrepreneuriaux)
- PartnerUp (réseau social pour entrepreneurs qui recherchent du personnel et des associés potentiels qui pourraient participer à leur affaire.)
- StartupNation (réseau social de commerces qui permet à des entrepreneurs de disposer de la publication d'articles, forums, blogs)
- LinkedIn (permet aux entreprises de trouver leur employé idéal, et d'établir des liens avec un possible associé, fournisseur, etc.)
- Biznik (réseau social qui se compose de travailleurs indépendants et directeurs executives de différentes entreprises)
- Perfect Business (site consacré/dédié exclusivement à des entrepreneurs)
- The Funded (communauté d'entrepreneurs où il est possible de partager de l'information autour de nouveaux investissements, discuter du fonctionnement d'un commerce, etc)
- IDaccion (réseau pour entrepreneurs et professionnels où il possible de se mettre en contact avec d'autres entreprises, de se former avec des cours, de recevoir des conseils, etc)
- Aucune

**25. 28/34. ACTIVITES LES PLUS FREQUENTES DANS LES RESEAUX SOCIAUX**

Une seule réponse possible par ligne.  
*Une seule réponse possible par ligne.*

|  | 1.<br>Toujours        | 2.<br>Souvent         | 3<br>Parfois          | 4.<br>Rarement        | 5.<br>Jamais          |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Suivre et analyser ce qui se dit sur l'entrepris                               | <input type="radio"/> |
| Mesurer des indicateurs  | <input type="radio"/> |
| Publication de promotions, réductions, concours                                | <input type="radio"/> |
| Pour en faire la publicité   | <input type="radio"/> |
| Branding: partager les contenus de marque, nouvelles, événements, informations | <input type="radio"/> |
| Fournir des recommandations/ conseils aux clients/usagers                      | <input type="radio"/> |
| Utilisation d'images et de vidéo   | <input type="radio"/> |

**26. 29/34. PENSEZ-VOUS QUE COMME FEMME ENTREPRENEUSE LES RÉSEAUX SOCIAUX VIRTUELS ONT PU CONTRIBUER À RENDRE COMPATIBLE VOTRE VIE PRIVÉE ET PROFESSIONNELLE**

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Oui
- Non
- Si oui, en quoi? (spécifier en autres)
- Autre : \_\_\_\_\_

**27. 30/34. SÉCURITÉ PERCUE**

Une seule réponse possible.  
*Plusieurs réponses possibles.*

- Faible
- Moyenne
- Elevé

**25. 31/34. QUELS SONT LES BÉNÉFICES IMPORTANTS DES RSV APLIQUÉS À L'ENTREPRISE?**

Une seule réponse possible

*Plusieurs réponses possibles.*

- Ils augmentent la visibilité de l'entreprise, commerce, produit ou marque
- Ils aident à améliorer la réputation online
- Ils attirent plus de fréquentation sur notre page web
- Ils ouvrent des possibilités de nouveaux marchés
- Ils facilitent la communication entre l'entreprise et ses clients
- Annulent les barrières géographiques et temporelles
- Ce sont d'excellents instruments pour la collaboration et le networking
- Permettent de prendre le pouls du marché
- Ils facilitent la connaissance et l'étude de notre concurrence
- Connaissance de votre clientèle
- Sont le meilleur reflet de la qualité de vos produits/services
- Ils fidélisent les clients

**26. 32/34. INCONVÉNIENTS DE LEUR UTILISATION PAR LES ENTREPRISES**

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Problèmes de réputation
- Problèmes de sécurité ou de confidentialité
- Ils demandent beaucoup de temps et d'investissement
- Requièrent un personnel qualifié
- Ne sont pas gratuites à cent pour cent
- Exposition à des critiques très négatives et aux redoutés trolls
- Donnent des pistes à la concurrence

**27. 33/34. POUR METTRE EN ŒUVRE LE RSV AVEC SUCCÈS, QUE CROYEZ VOUS NÉCESSAIRE ?**

Une seule réponse possible.

*Plusieurs réponses possibles.*

- Etablir une stratégie adaptée à ton commerce (public visé et moyen de l'atteindre)
- Ce qui est important avec les réseaux sociaux ce sont les retours que vous recevez de la communauté
- Oublier les messages corporatifs rebattus, et le bombardement des ventes directes
- La stratégie qui donne le meilleur résultat chez les consommateurs est le traitement personnalisé, instantané et immédiat.

**25. 34/34. DANS LE COMPTE DE RÉSULTATS DE VOTRE ENTREPRISE COMMENT VALORISERIEZ VOUS LA MISE EN ŒUVRE DES RÉSEAUX SOCIAUX COMME INSTRUMENTS DE COMMUNICATION ?**

---

---

---

---

---

**26. NOUS VOUS REMERCIONS DE VOTRE COLLABORATION ET DU TEMPS DÉDIÉ AU QUESTIONNAIRE**

---

---

Fourni par

[Google Forms](#)

Université Rennes 2 - UFR Sciences sociales  
MÉMOIRE DE MASTER 2 (2017-2018) « Économie sociale et solidaire »,  
Parcours Finances solidaires et gestion des entreprises sociales  
ENTREPRENEURIAT FÉMININ : QUEL(S) ACCOMPAGNEMENT(S) POUR LA CRÉATION ?  
Présenté par Flora QUERREC ; Sous la direction de Pascal GLÉMAIN

Résumé : Les recherches en matière d'accompagnement et de promotion de l'entrepreneuriat féminin demeurent marginales encore aujourd'hui. Malgré un intérêt marqué de la recherche pour le processus de création d'entreprise et la manière dont entreprennent les femmes, les études se sont très longtemps cantonnées à la différenciation hommes/femmes. De plus, pouvons-nous encore parler d'entrepreneuriat féminin ? En effet, notre société actuelle voit naître une pluralité de modèles d'entreprises et de projets. Ce travail s'inscrit dans le prolongement du travail de D'Andria et Gabarret (*Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine*), qui développe la thèse d'un entrepreneuriat féminin hétérogène selon des profils motivationnels distincts. En utilisant des variables qualitatives qui s'intéressent à l'expérience professionnelle capitalisée, aux études réalisées, au statut familial, et/ou à la constitution du ménage, cela permettrait d'établir des profils sociodémographiques dans le but de créer des catégories-types d'entrepreneures et peut-être pourraient-elles être communes aussi bien à l'entrepreneuriat masculin que féminin. Enfin, la réflexion porte sur le rôle des organismes de support à l'entrepreneuriat féminin et le risque par son discours d'encastrement de la femme.

Abstract : The female entrepreneurship support and its promotion are two elements that still remain unknown. Despite the interest in research about the decision-making process and the way women undertake their entrepreneurship, the studies are strongly reduced to the distinction between men and women. Furthermore, can we still speak about female entrepreneurship? In fact, our present society witnesses the emerging of enterprises and projects which are vastly multidisciplinary. This study follows and continues the work of D'Andria et Gabarret (*Women and Entrepreneurs: Thirty Years of Research into Women's Entrepreneurial Motivation*) which develops the concept of a heterogeneous female entrepreneurship according to the different motivational profiles. We can establish social and demographic profiles employing different qualities that are focusing on the capitalized professional experience, the studies already written, the family status, and the constitution of the household, with the aim of creating categories of entrepreneurs which could be, perhaps, common to the male and female entrepreneurship. Finally, this research focuses on the female entrepreneurship support system and the existing risks of a gender speech where the differences between men and women are accentuated.

Mots-clés : entrepreneuriat féminin, entrepreneure, motivation entrepreneuriale, genre, typologie, accompagnement de l'entrepreneuriat.

Keywords : female entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial motivation, gender, typology, entrepreneurship support.