



HAL
open science

Les étudiantes entrepreneures, une perception paradoxale des chargé•es d'accompagnement

Stéphanie Eynaud

► **To cite this version:**

Stéphanie Eynaud. Les étudiantes entrepreneures, une perception paradoxale des chargé•es d'accompagnement. *Entreprendre & Innover*, 2022, 2 (53), pp.69-80. 10.3917/entin.053.0069 . hal-04022911

HAL Id: hal-04022911

<https://hal.science/hal-04022911>

Submitted on 10 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Titre : Les étudiantes entrepreneures, une perception paradoxale des chargé·es d'accompagnement

Stéphanie EYNAUD

Université Jean Monnet – Laboratoire Coactis – stephanie.eynaud@univ-st-etienne.fr

Résumé

Malgré les dispositifs incitant les étudiant·es à entreprendre depuis une dizaine d'années, le taux de femmes créatrices d'entreprise stagne. Nous avons cherché à comprendre les perceptions des accompagnateurs·trices sur les étudiantes entrepreneures afin d'identifier si l'accompagnement pouvait être un levier pour les accompagner. Notre recherche met en évidence une perception paradoxale des chargé·es d'accompagnement sur les caractéristiques des étudiantes entrepreneures. Loin de ne pas avoir conscience des embûches qu'elles doivent affronter, ils·elles ne souhaitent pas les évoquer de manière directe. Le négatif en ce qui concerne ce qui les attend dans leur parcours entrepreneurial est omis par crainte de les stigmatiser davantage. Les objectifs et langages n'étant pas partagés entre les deux populations, il est important de former les chargé·es d'accompagnement à la prise en compte du genre et proposer un accompagnement aux étudiantes entrepreneures en fonction de leurs besoins et profils.

Introduction

Depuis ces dix dernières années, une politique forte du gouvernement français incite les jeunes à entreprendre. Plusieurs dispositifs se sont succédé jusqu'à la création en 2014 du réseau des Pépites (Pôles Étudiants Pour l'Innovation le Transfert et l'Entrepreneuriat) avec comme action phare l'instauration du statut national d'étudiant.e entrepreneur.e. Suite à la mise en place de cette politique incitative auprès des étudiant-es, on aurait pu s'attendre à un accroissement du taux de femmes entrepreneures (FE par la suite). En 2020, les femmes représentaient 47% de la population active et ne constituaient que 39% des créateurs et créatrices d'entreprises individuelles¹. Ce taux qui n'avait fait qu'augmenter depuis les trente dernières années stagne depuis 2015 et cela peut paraître surprenant et contre-intuitif compte tenu des nouvelles politiques ciblant les jeunes. L'accompagnement humain, aussi bien que l'accompagnement matériel, jouant un rôle important durant la trajectoire entrepreneuriale des entrepreneur-es, la perception des chargé-es d'accompagnement (CA par la suite) sur les caractéristiques des étudiantes entrepreneures (EE par la suite) semble être une dimension à étudier pour nous aider à mieux comprendre cette stagnation. Notre démarche s'appuie sur une revue de littérature de l'entrepreneuriat des femmes et de l'entrepreneuriat étudiant. L'absence de recherche sur les particularités de l'entrepreneuriat des étudiantes nous amène à une méthodologie qualitative inductive. Comprendre cet entrepreneuriat et ses particularités est un processus multi-angulaire et multi-acteurs/actrices nécessitant de

¹ INSEE, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques. En ligne et consulté le 19 avril 2022 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3703745#graphique-figure4> / INSEE, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques. En ligne et consulté le 19 avril 2022 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5229846>

croiser les points de vue. Dans la première étape de ce processus de recherche, nous nous concentrons sur les représentations des CA.

Deux publics spécifiques d'entrepreneur·es

1. Les femmes entrepreneures

a) Femmes entrepreneures et genre, définitions

Nous inscrivons nos travaux dans le courant féministe socioconstructiviste qui, au lieu de se centrer sur une division binaire homme/femme basée sur le sexe, part du postulat que le masculin et le féminin sont construits socialement et que cela a des effets sur les individus et l'ordre social². Pour cette raison, nous parlerons d'entrepreneuriat des femmes et non d'entrepreneuriat féminin.

Nous entendons par FE toute personne de sexe féminin qui a créé ou repris une entreprise. Son sexe fait référence à son sexe biologique, homme/femme, qu'il faut distinguer de son genre masculin/féminin. Cette distinction est importante car la première se réfère aux caractéristiques biologiques alors que la seconde est liée aux représentations et stéréotypes culturels associés aux sexes³.

Le genre peut être abordé comme le sexe social⁴. Le social transforme le sexe en genre et ce dernier a une incidence sur l'auto-perception de son propre sexe biologique⁵. Autrement dit, le fait d'appartenir à l'un ou à l'autre sexe renvoie aux

² Butler (Judith), *Gender trouble : Feminism and the Subversion of Identity*, New York : Routledge, 1990

³ Chabaud (Didier) et Lebègue (Typhaine), *Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives*, RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, 2013/3 (n°7, vol. 2), p. 43-60.

⁴ Delphy (Christine), *Penser le genre. L'ennemi principal. Tome 2. Collection «Nouvelles Questions Féministes»*, Paris: Éditions Syllepse, 2001

⁵ Guionnet (Christine) et Neveu (Erik), *Féminins/Masculins Sociologie du genre*, Paris: Colin, 2004

normes qui y sont associées dans la société. Ces normes ont ensuite une incidence sur notre perception et influencent nos manières d'agir. Les stéréotypes de genre reflètent les attentes générales auprès des membres de groupes sociaux particuliers⁶, de ce que femmes et hommes devraient être, comment ils et elles devraient se comporter ou entreprendre, et contribuent au développement et à la perpétuation de ces différences. Ces stéréotypes amènent par la suite un traitement différencié, et parfois même des discriminations.

Afin de s'intéresser aux particularités des FE, il convient de dépasser la dichotomie homme/femme (sexe) pour s'intéresser au féminin/masculin (genre) et aux conséquences que cela a sur leur trajectoire entrepreneuriale.

b) Les recherches sur l'entrepreneuriat des femmes

Les recherches sur l'entrepreneuriat des femmes se sont développées depuis 40 ans et l'intérêt qui leur est porté s'est considérablement accru ces dix dernières années, aussi bien du côté des politiques que des praticien-es⁷. Les premiers sujets de recherche ont porté sur les caractéristiques personnelles des FE puis sur leurs raisons de créer une entreprise. Les chercheurs et chercheuses ont ensuite montré l'influence du genre sur leur manière d'entreprendre. Les études s'attachent aujourd'hui à questionner la manière dont le genre influence l'entrepreneuriat des femmes. Ce sont les facteurs psychologiques et contextuels qui sont étudiés⁸.

Les résultats montrent que les hommes et les femmes ne font pas face aux mêmes difficultés à entreprendre et que l'environnement entrepreneurial est moins favorable

⁶ Ellemer (Naomi), Gender stereotypes, Annual review of psychology, 69, 2018, p. 275-298.

⁷ OCDE, Entrepreneurship Policies through a Gender Lens, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, Éditions OCDE, Paris, 2021

⁸ Jennings (Jennifer E.) et Brush (Candida G.), Research on women entrepreneurs : challenge to (and from) the broader entrepreneurship literature, The academy of Management Annals, 2013, Vol.7, n°1, p. 663-715

pour les femmes⁹. Dans les faits, les obstacles sont liés à des freins internes de l'entrepreneure, et externes, dans l'écosystème entrepreneurial¹⁰. Les freins internes concernent la perception de leur efficacité. Contrairement aux hommes qui ont confiance en leur capacité à devenir entrepreneurs, les femmes se perçoivent moins capables de s'engager avec succès dans des activités entrepreneuriales à cause d'un manque de compétences perçues¹¹. Cela joue sur l'intention entrepreneuriale¹² et les amène à freiner leur envie de création. Certaines FE ont d'ailleurs du mal à se dire entrepreneure car l'image qu'elles ont de l'entrepreneuriat ne correspond pas au profil qu'elles pensent avoir¹³. Concernant les freins externes, ils concernent principalement l'accès au financement, l'accès aux réseaux ou encore le manque de formation en gestion. Les FE ont globalement moins de capital humain et social que les hommes¹⁴.

c) L'accompagnement des femmes entrepreneures

L'accompagnement permettant d'améliorer nettement la survie des entreprises¹⁵, les particularités de l'entrepreneuriat féminin que nous venons de souligner expliquent une

⁹ Chabaud (Didier) et Lebègue (Typhaine), Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, 2013/3 (n°7, vol. 2), p. 43-60 citant Dempsey (Dianna) and Jennings (Jennifer), Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2014, Vol. 6 No. 1, 28-49 citant Wilson, Kickul et Marlion, 2007

¹⁰ Lebègue (Typhaine), L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures. Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ?, Revue de l'Entrepreneuriat 2015/2 (Vol. 14), p. 109-138

¹¹ Dempsey (Dianna) et Jennings (Jennifer), Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2014, Vol. 6 No. 1, p. 28-49 citant Wilson, Kickul et Marlion, 2007

¹² Santoni (Juliane), Le rôle de la sensibilisation, de l'accompagnement et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue dans l'engagement entrepreneurial des femmes, Gestion et management, Université de Strasbourg, 2016

¹³ Kirkwood (Jodyanne), Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2009

¹⁴ Shankar (Anita), B. Elam (Amanda), Glinsk (Allie), Strengthening the women's entrepreneurship ecosystem within the energy sector, 2020

¹⁵ Messegheem (Karim), Sammut (Sylvie), Chabaud (Didier), Carrier (Camille) et Thurik (Roy), L'accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance ?, Management international, volume 17, number 3, spring 2013, p. 65-71

surreprésentation des femmes parmi les personnes accompagnées¹⁶. Elles ne sont toutefois pas satisfaites de leur accompagnement car les dispositifs sont ancrés dans un schéma où le masculin est la norme à laquelle les femmes doivent se conformer¹⁷. Face à ce constat et l'inadéquation entre leurs attentes et les dispositifs d'accompagnement, des réseaux de FE se sont créés en réponse à des obstacles spécifiques¹⁸. En effet, même si les FE représentent un groupe hétérogène, au même titre que les hommes¹⁹, elles ont en commun d'être soumises aux mêmes rapports sociaux de genre²⁰. Ces réseaux de femmes leur amènent plus de sororité, d'autonomie et d'innovation²¹. L'accompagnement genré semble particulièrement bénéfique pour lever les freins psychologiques²². Les réseaux de FE comme les mampreneurs (contraction de maman et entrepreneure) permettent de plus de pallier certains freins externes liés à l'écosystème entrepreneurial. L'accompagnement humain passe par exemple beaucoup par internet et les réseaux sociaux afin de permettre un meilleur enchevêtrement entre leur vie personnelle et professionnelle²³. Ces réseaux de FE doivent toutefois être ouverts pour favoriser le mélange avec des

¹⁶ Banque publique d'investissement. En ligne et consulté le 16 avril 2022 : <https://bpifrance-creation.fr/institutionnel/place-femmes-paysage-creation-dentreprise>

¹⁷ Carter (Sara), Improving the numbers and performance of women-owned businesses: some implications for training and advisory services, *Education+ Training*, vol. 42, n° 4/5, 2000, p. 326–334. / Brière, Sophie. Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures. Presses de l'Université Laval, 2020. Project MUSE

¹⁸ Lebègue (Typhaine), L'accompagnement institutionnel des femmes entrepreneures. Quel modèle d'accompagnement pour les femmes créatrices de très petites entreprises ?, *Revue de l'Entrepreneuriat* 2015/2 (Vol. 14), p. 109-138

¹⁹ Alexandre (Laurice), Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre, *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 15, no. 3-4, 2016, p.109-127

²⁰ Tillmar (Malin), Gendered small-business assistance: lessons from a Swedish project, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 31 No. 2, 2007, p. 84-99

²¹ Constantinidis (Christina), Collaborative Entrepreneurship: How women entrepreneurs 'do' networking. *Entreprendre Innover*, 4950(2), 2021, p. 71-81.

²² Bueno Merino (Pascale) et Duchemin (Marie-Hélène), Enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. *Management international/International Management/Gestión Internacional*, 20(4), 2016, p. 90-112.

²³ Richomme-Huet (Katia) et d'Andria (Aude), L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs, *Management international*, volume 17, number 3, spring 2013, p. 100–111 / Santoni (Juliane), Quels processus pour répondre aux besoins spécifiques des entrepreneures?. *Entreprendre Innover*, 2018, (1), p. 29-40

entrepreneur·es ayant d'autres caractéristiques. On note par exemple que la mixité permet d'appréhender de façon plus réaliste le potentiel d'un projet entrepreneurial car elle permet d'échapper aux effets négatifs de la pensée de groupe comme la recherche d'un consensus pour préserver la cohésion de groupe ou encore l'autocensure de voix discordantes²⁴.

Même si certaines caractéristiques de l'entrepreneuriat des femmes apparaissent, les FE forment un groupe hétérogène avec des individus ayant des singularités. Ces FE peuvent être racisées, mères, ou encore étudiantes. Les étudiantes entrepreneures ayant la double particularité d'être jeune et en étude, on peut se demander si les caractéristiques attribuées aux FE et à leur accompagnement peuvent aussi être les leurs.

2. Les étudiant·es entrepreneur·es

a) L'entrepreneuriat étudiant, définition et enjeux

Nous entendons par étudiant·e entrepreneur·e, un·e étudiant·e ou jeune diplômé·e engagé·e dans un processus entrepreneurial par choix, et non par obligation liée à sa formation. Nous fixons l'âge limite de ces étudiant·es entrepreneur·es à 28 ans, âge maximal pour bénéficier d'une couverture sociale étudiante.

²⁴ Bueno Merino (Pascale) et Duchemin (Marie-Hélène), Enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. *Management international/International Management/Gestión Internacional*, 20(4), 2016, p. 90-112. / Kirkwood (Jodyanne), Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2009

Dans les années 2010, l'entrepreneuriat séduisait les étudiant·es sur le long terme²⁵. Ils-elles se projetaient dans un emploi salarié avant de se lancer²⁶ dans une création d'entreprise. Pour autant, les dernières générations présentent de nombreux traits pouvant être associés à l'entrepreneuriat : leur besoin d'accomplissement élevé, la créativité dont ils-elles savent faire preuve ou encore leur attitude positive au changement. La volonté politique de soutien à l'entrepreneuriat étudiant se traduit dans les établissements d'enseignement supérieur. En plus du besoin d'acquérir des compétences en entrepreneuriat, il est nécessaire d'ancrer l'évolution des structures mentales qui permettront aux entrepreneur·es d'agir et de se comporter de manière différente²⁷ pour les préparer à faire face à un certain nombre de problématiques. Celles liées au genre n'échappent a priori pas à cet objectif. L'accompagnement proposé doit permettre ces transformations cognitives chez le public étudiant.

b) L'accompagnement des étudiant·es entrepreneur·es

Les étudiant·es entrepreneur·es ont un capital humain plus faible que leurs aîné·es et n'ont pas connaissance des "us et coutumes" et codes implicites auxquels répondent chaque métier car il est difficile de les posséder sans y avoir été confronté²⁸. Leur capital social est aussi moins élevé et cela influence de manière négative les chances de mener à bien un projet. L'accompagnement à travers ses différentes formes (mentorat, coaching, tutorat, compagnonnage, parrainage/marrainage, sponsoring,

²⁵ Boissin (Jean-Pierre) et Schieb-Bienfait (Nathalie), Des Maisons de l'Entrepreneuriat au plan d'action national des Pôles Entrepreneuriat Étudiants, *Entreprendre & Innover*, vol. 11-12, no. 3-4, 2011, p. 55-64.

²⁶ Degeorge (Jean-Michel) et Fayolle (Alain), Les étudiants français ont-ils la fibre entrepreneuriale ?, *Entreprendre & Innover*, vol. 9-10, no. 1-2, 2011, p. 21-28.

²⁷ Mira-Bonnardel (Sylvie) et Géniaux (Isabelle), Les établissements publics d'enseignement supérieur dans la dynamique des écosystèmes entrepreneuriaux territoriaux, *Management & Avenir*, vol. 122, no. 2, 2021, p. 39-62

²⁸ Delanoë-Gueguen (Servane), Les étudiants : un accompagnement particulier pour des entrepreneurs particuliers, *Entreprendre & Innover*, vol. 26, no. 3, 2015, p. 18-26. Citant les travaux de Davidsson, P., & Honig, B. (2003)

consultance) peut guider les étudiant·es entrepreneur·es pour pallier ces faiblesses. Ces dispositifs d'accompagnement comme ceux proposés par les Pepite s'intègrent alors à l'écosystème entrepreneurial. Les CA aident les étudiant·es entrepreneur·es à intégrer les codes en vigueur et les soutiens formels et informels sur lesquels ils ou elles pourront s'appuyer. Nous nous concentrons ici sur la relation entre les EE et les CA. La théorie du capital social²⁹ montre que pour avoir un écosystème entrepreneurial universitaire soutenable, il est nécessaire que les membres de l'écosystème partagent des objectifs, un langage commun et des récits de vie.

Compte tenu de l'inadéquation entre les attentes des FE concernant leur accompagnement dans les réseaux mixtes³⁰, on peut s'interroger concernant le partage de buts et langage commun entre EE et CA. Pour les EE, tout est fait comme si les difficultés propres aux femmes que nous avons présentées n'existaient pas et à notre connaissance, aucun dispositif non-mixte n'est proposé. Les différences entre étudiants et étudiantes sont pourtant certainement perceptibles et il ne semble pas y avoir de raison pour qu'elles apparaissent plus tard. On peut alors se demander pourquoi de tels dispositifs n'existent pas alors même que les EE ne pérennisent pas leur projet, et donc ne participent pas à augmenter le nombre de FE en France, et comment lever les éventuels obstacles spécifiques à cette population.

L'objectif de notre recherche est de mieux appréhender les caractéristiques perçues des étudiantes entrepreneures en tant que personne, de leur projet, de leur perception d'elles-mêmes ainsi que du contexte dans lequel elles entreprennent. Côté des

²⁹ Theodoraki (Christina), Messeghem (Karim) et Rice (Mark P.), A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study. *Small Business Economics*, 2018, vol. 51, no 1, p. 153-170

³⁰ Tremblay (Maripier), Brière (Sophie), Poroli (Corinne), Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures, Québec : Canada, Presses de l'Université Laval, 2020

étudiant-es, les accompagnateurs et accompagnatrices nous semblent les mieux placé-es pour nous aider dans notre démarche.

Méthodologie

Nous avons mené des entretiens auprès de CA et avons opté pour une méthode inductive afin de comprendre, décoder et traduire³¹. Notre démarche est qualitative et interprétative³². Le guide d'entretien est constitué de questions ouvertes afin de permettre aux interviewé-es de s'exprimer librement. Au total, 16 entretiens semi-directifs ont été réalisés nous permettant d'arriver à saturation des données. Ils ont été réalisés entre le 21 mai et le 1er juin 2021. Nous avons fait le choix d'un échantillonnage par homogénéisation³³ nous permettant de décrire la diversité interne d'un groupe qui nous permet de généraliser de manière empirique par saturation.

L'échantillon est constitué de CA intervenant dans le réseau des Pépite, des incubateurs destinés uniquement au public étudiant, un incubateur de l'économie sociale et solidaire, des diplômés d'enseignement supérieur. Ces CA y font du tutorat, du mentoring, du coaching, de l'enseignement ou encore de l'animation. Les 7 femmes et 9 hommes interviewé-es dispensent leur accompagnement dans la Région Auvergne Rhône-Alpes et ont des profils variés.

³¹ Van Maanen (John), The fact of fiction in organizational ethnography, *Administrative science quarterly* 24.4, 1979, p. 539-550

³² Corley (Kevin G.) et Gioia (Dennis A.), Identity ambiguity and change in the wake of a corporate spin-off. *Administrative science quarterly*, 2004, vol. 49, no 2, p. 173-208

³³ Pires (Alvaro), Échantillonnage et recherche qualitative: essai théorique et méthodologique. *La recherche qualitative, Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, 1997, p. 113-169

Ils-elles ont tout d'abord été questionné-es sur les particularités de l'entrepreneuriat étudiant des femmes puis sur les thématiques suivantes : le projet, les motivations à entreprendre, les avantages et inconvénients à être EE, leur positionnement davantage étudiante ou davantage entrepreneure et l'accompagnement. En fin d'entretien, les CA nous ont partagé leur définition de l'entrepreneuriat étudiant des femmes.

Pour analyser nos données, nous avons utilisé la méthode de comparaison constante de Glaser et Strauss³⁴. Nous avons commencé par coder de manière ouverte tous nos entretiens en focalisant notre attention sur les mots ou expressions faisant état des perceptions des CA sur les EE, mais aussi de l'effet miroir que cela leur renvoie sur leur accompagnement. Nous avons ensuite codé de nouveau en comparant des éléments de texte afin de débiter la catégorisation et l'appellation des groupes de texte. Notre analyse montre que les caractéristiques perçues des projets des EE illustrent trois dimensions importantes : (1) oser (s')accomplir, (2) progresser et apprendre (3) et un contexte empreint de stéréotypes. Elles regroupent des éléments liés à la personne, au projet et à l'écosystème entrepreneurial.

Résultats

Ces résultats sont le reflet de la perception des CA sur les EE. Il est important de prendre en considération toute la subjectivité que ces éléments comportent car ces professionnel·les n'échappent pas aux stéréotypes et préjugés de genre associés aux EE.

³⁴ Glaser (Barner G.) et Strauss, (Anselm L.), *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine, Chicago, IL, , 1967

Nos résultats montrent que les EE et leur projet possèdent des caractéristiques identiques aux étudiants entrepreneurs mais aussi des caractéristiques spécifiques. Les EE entreprennent pour oser (s')accomplir, apprendre et progresser et cela souligne une interrogation sur leur insertion dans l'écosystème entrepreneurial. Afin de rester au plus près des données, nous illustrons nos résultats à l'aide de verbatim.

Des EE qui osent (s')accomplir

L'analyse des données souligne l'arrivée tardive des EE dans les dispositifs d'accompagnement. Contrairement aux étudiants qui sollicitent un accompagnement alors qu'ils n'en sont souvent qu'au stade de l'idée, les étudiantes arrivent avec un projet plus mature et réfléchi.

(Clarisse³⁵ *“je pense que t'as moins de jeunes femmes qui vont aller vers l'entrepreneuriat en disant mon idée de départ était un peu bidon et en fait j'ai juste envie d'entreprendre. Souvent effectivement tu vas avoir déjà un truc identifié un peu plus mûré et peut-être un peu plus robuste alors que dans les garçons tu as peut-être plus de “wannabe entrepreneurs” : c'est un statut qui m'attire”.*)

Les CA partagent l'idée que les EE ont un lien fort avec leur projet qui a été construit sur une période conséquente. Avant de pousser les portes d'une structure d'accompagnement, elles en parlent à leur réseau proche et mènent des actions pour commencer à développer leur projet :

(Nina *“Ça fait un petit moment qu'elles étaient dessus avant de se lancer dans le programme donc ça veut dire qu'elles avaient soit déjà un peu consulté leur entourage, soit déjà potentiellement essayé de vendre des choses”.*)

³⁵ Les prénoms ont été modifiés

Le lien fort avec le projet est aussi en lien avec sa thématique. Les EE portent des projets en relation avec leurs valeurs. Elles s'engagent dans un processus entrepreneurial pour répondre à un besoin identifié dans la société.

(Matthieu (qui résume les paroles d'une entrepreneure) *“L'idée c'était de dire en gros j'essaie de faire bouger les choses à mon échelle et le meilleur moyen d'y arriver c'est de monter mon projet au service de mes valeurs.”*). Selon les CA, les EE entreprennent davantage dans l'économie sociale et solidaire (Laure *“80% des femmes entrepreneures que j'ai vues, c'était une question de valeurs et liée à l'écologie, liée aux questions de société.”*). Elles décident donc de s'engager pour une cause identifiée qui dépasse leurs propres intérêts et le statut qu'être entrepreneure pourrait leur conférer (Simone *“La motivation c'est d'être force de proposition de quelque chose qui part d'elles, qui leur tient à cœur et qu'elles pensent nécessaire pour la société, pour le secteur d'activité”*).

Des EE désireuses d'apprendre et de progresser

Pendant l'accompagnement, les EE sont plus à l'écoute (Jean *“moi je trouve qu'elles sont plus dans une posture d'écoute”*), plus assidues (Nina *“c'est les filles qui sont le plus présentes.”*), plus ouvertes d'esprit (Manon *“elles se remettent plus facilement en question oui. Peut-être moins bloquées effectivement quand on leur propose des choses.”*) et plus dynamiques (Jean *“Je les trouve plus motivées que les garçons.”*) que leurs homologues masculins.

Les EE sont aussi perçues comme faisant preuve de beaucoup plus d'humilité (Matthieu *“il y a une espèce d'humilité à se mettre en avant qui est chouette”*).

Leur posture d'écoute serait pour les CA due au manque de modèles de rôle à qui s'identifier. Selon les CA, le fait d'être une femme les amène à ne pas se sentir légitime

en tant qu'entrepreneure (*Nina "en fait elle est légitime sur son domaine de compétence, elle se sent légitime [...] mais en tant qu'entrepreneure non pas du tout"*). Être jeune ne les aiderait pas non plus à se sentir légitime, même si cela leur semble aussi vrai pour les étudiants (*Simone "les hommes jeunes et les jeunes femmes ont de base un problème de légitimité."*).

Des EE intégrées dans un contexte empreint de stéréotypes

Les EE ont la double particularité d'être à la fois jeunes et associées au genre féminin. Les CA ont souligné que ces caractéristiques sont parfois des avantages sur lesquelles elles peuvent jouer. Concernant leur jeunesse, cela n'est pas différent des étudiants. En revanche le fait d'être une femme paraît être un atout dont sont dotées les EE (*Manon qui imagine ce que se disent certaines EE "je vais en profiter vu que je suis jeune, je suis une femme, je vais faire un beau sourire et puis je vais avoir une subvention"*).

Ces deux caractéristiques ne sont pas évoquées comme des freins dans le parcours entrepreneurial des EE mais sont perçues comme pouvant l'être à long terme. En effet, les CA ont l'image d'EE célibataires, ou engagées depuis peu dans une relation de couple, et sans enfants. Pour eux et elles, c'est une fois les études terminées que des contraintes notables arriveront, comme le fait d'être en couple et d'avoir des enfants (*Simone "Là pour le coup sur cette population il n'y a pas de contrainte. La contrainte du couple où la famille pèse plus concrètement sur elle."*)

Comme les CA n'identifient pas de contraintes spécifiques aux EE, ils·elles ne mettent pas en place d'accompagnement spécifique. Ils·elles pensent même que cela peut

être contreproductif (Matthieu *“Moi je pense que différencier c'est le meilleur moyen de faire justement de la différence”*).

Les EE sont encore peu nombreuses et les stéréotypes de genre jouent un rôle important dans ce constat. Pour cette raison, les EE apparaissent comme avant-gardistes aux yeux des CA (Baptiste *“les femmes, les étudiantes entrepreneures sont encore très rares et du coup je pense qu'elles se sentent un peu comme un ovni”*). Leur faible nombre renvoie chez les CA une image de femmes fortes en ce qui concerne les EE (Laure *“je les ai trouvées plus battantes, plus énergiques, plus impliquées dans le projet”*, Mathieu *“celles qui arrivent on voit qu'elles ont des tempéraments forts et qu'elles se donnent à 200%.”*).

Discussion

Les CA n'évoquent pas directement de caractéristiques spécifiques concernant les EE. Dans les discours, nous relevons pourtant des propos paradoxaux car les difficultés rencontrées par les EE ne paraissent pas être liées à leur personne ou au projet mais d'ordre structurel. Afin de discuter nos résultats, nous utilisons la théorie du capital social et sa dimension cognitive, composée des deux parties ci-dessous, en la confrontant au concept de genre.

Un partage d'objectifs et de langage partiel

L'engagement entrepreneurial des jeunes est lié à leur quête de sens³⁶ et la perception des CA rejoint ces résultats. Selon eux-elles, elle semble être identique entre étudiants et étudiantes ce qui leur confère un langage partagé. Toutefois, cette quête de sens

³⁶ Toutain (Olivier) et Verzat (Caroline), L'entrepreneuriat et la jeunesse, un sujet en quête de sens, *Entreprendre & Innover*, vol. 33, no. 2, 2017, p. 5-9

revêt une particularité propre à chacune de ces populations. Selon Alexandre, les FE accorde une grande importance à la responsabilité sociale de leurs actes³⁷. Leur projet est tourné vers les autres ou l'environnement. Les résultats d'ORELIG³⁸ concernant les EE rejoignent ces données puisque 71% des EE disent s'accomplir en créant une entreprise qui répond à un besoin d'autrui. Les CA semblent avoir une perception similaire et attribuent aux EE le fait de vouloir s'engager pour une cause qui dépasse leurs intérêts contrairement aux étudiants qui enclencheraient une démarche entrepreneuriale pour le prestige du statut que cela confère. Les résultats d'ORELIG nous apprennent d'ailleurs que seules 20% des EE le font pour le prestige social. En ce sens, les objectifs ne sont pas partagés entre les EE et leurs homologues masculins.

Selon la perception des CA, les EE arrivent plus tard que les étudiants dans les dispositifs d'accompagnement. Alors que ces derniers poussent les portes des structures d'accompagnement au stade de l'idée, les EE arrivent avec un projet déjà amorcé. Les travaux d'ORELIG nous disent à ce sujet que 45% des EE ne créent pas sur un coup de tête. Elles réfléchissent en amont sur leurs capacités à entreprendre aussi bien du côté des compétences que des qualités. La perception de leurs compétences étant plus faible que leurs homologues masculins³⁹, la décision de s'engager dans un processus d'accompagnement met davantage de temps à s'enclencher. Cette caractéristique attribuée aux FE semble donc être tout aussi

³⁷ Alexandre (Laurice), Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre. Revue de l'Entrepreneuriat, 15(3), 2016, p. 109-127

³⁸ Pépité France. En ligne, consulté le 9 janvier 2022 : <https://www.pepité-france.fr/wp-content/uploads/2021/09/RAPPORT-ORELIG-VF.pdf>

³⁹ Dempsey (Dianna) et Jennings (Jennifer), Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2014, Vol. 6 No. 1, p. 28-49 citant Wilson, Kickul et Marlion, 2007

valable pour les EE et souligne un langage non partagé entre étudiants entrepreneurs et EE selon les CA.

Les CA interrogées dans notre recherche et les EE questionnées dans l'étude menée par l'observatoire ORELIG démontrent un langage partagé entre ces deux populations concernant la perception de l'entrepreneuriat étudiant des femmes. Les CA utilisent en effet un vocabulaire emprunté au champ lexical du combat pour parler des EE. Les EE emploient elles-mêmes de manière récurrente les termes de "courage", "force" et "ambition" pour parler de l'entrepreneuriat des FE alors qu'elles utilisent, après le mot "courage", ceux de "banal" et "facilité" pour les hommes. Concernant l'entrepreneuriat étudiant, les EE y associent l'"ambition" puis le "courage" rejoignant l'idée qu'elles se font de l'entrepreneuriat des femmes.

En revanche, alors que les EE ne perçoivent pas le fait d'être mère comme un frein à 65%⁴⁰, les CA pensent que cela va le devenir. En cela réside le plus gros désaccord de langage entre CA et EE que nous soulevons.

Des récits de vie différents entre EE et étudiants entrepreneurs

Les récits de vie entre les étudiants entrepreneurs et les EE ne sont pas identiques. Les EE ont en effet beaucoup moins de modèles de rôle auxquels s'identifier⁴¹. L'expérience vicariante étant une des quatre sources dont dépend l'auto-efficacité perçue, cela explique donc en partie, pour les CA, la posture d'écoute, d'humilité et parfois de manque de confiance en elles dont font preuve les EE. Les modèles de rôle

⁴⁰ Pépité France. En ligne, consulté le 9 janvier 2022 : <https://www.pepité-france.fr/wp-content/uploads/2021/09/RAPPORT-ORELIG-VF.pdf> Page 40

⁴¹ Santoni (Juliane), Le rôle de la sensibilisation, de l'accompagnement et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue dans l'engagement entrepreneurial des femmes, Gestion et management, Université de Strasbourg, 2016

étant beaucoup moins nombreux pour les femmes que pour les hommes, il est donc beaucoup plus difficile pour elles de croire en leurs capacités de réussite car peu d'exemples leur sont proposés à ce sujet⁴².

Conclusion

Les résultats de notre recherche soulignent l'importance de sensibiliser les EE au plus tôt et de les accompagner dès la génération d'idées. Cela permettrait à la fois à certaines EE qui n'oseraient pas de rejoindre des dispositifs d'accompagnement, de limiter leur arrivée tardive dans ces dispositifs et donc d'éviter certains écueils dans lesquels elles pourraient tomber. Une sensibilisation à l'entrepreneuriat des femmes via l'utilisation des modèles de rôles permettrait également un élargissement des possibilités et un nombre plus important d'EE et de FE.

À la lumière des caractéristiques spécifiques des EE ressorties lors de notre étude, nous nous questionnons sur la mise en place d'un accompagnement différencié qui prendrait en compte leurs caractéristiques pour leur permettre de faire face aux difficultés qui sont les leurs. Toutefois, le plus gros frein à la mise en place de ce type d'accompagnement est l'image qu'en ont les CA. Ils-elles l'associent à un acte discriminant et des formations à leur attention sont sans doute souhaitables. L'accompagnement des EE pourrait être de différentes natures : exclusivement mixte mais avec prise en compte du genre pouvant bénéficier aussi bien aux étudiants qu'aux étudiantes (ex : équilibre vie pro/vie perso, entrepreneuriat et statut d'étudiant·e, ...) ; hybride, alternant mixité et non-mixité ou non-mixte.

⁴² Dempsey (Dianna) et Jennings (Jennifer), Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2014, Vol. 6 No. 1, p. 28-49

Ces trois types d'accompagnement présentent des avantages et des limites. Afin d'opter pour le plus efficace concernant l'accompagnement des EE, il est nécessaire de croiser le regard que portent les EE elles-mêmes sur les difficultés qu'elles rencontrent et leur perception de l'accompagnement différencié. Il est en parallèle aussi primordial de questionner les EE sur leur propre vécu d'entrepreneure pour identifier si les CA et ces étudiantes ont une vision partagée de leurs besoins. C'est la suite prévue de notre travail. La perception paradoxale des CA sur les EE, qui peut trouver une explication dans leurs stéréotypes et préjugés, nous amène à nous questionner sur la part de l'influence de leurs croyances sur les EE et plus largement sur les FE. Afin de s'affranchir de cette subjectivité, nous proposons dans les prochaines recherches de suivre directement les EE. Dans l'objectif de généraliser nos résultats, nous prévoyons dans ces recherches de mêler études qualitatives et quantitatives dans toute la France. Une des limites de notre article réside en effet dans le fait que notre étude se borne à la région Auvergne Rhône-Alpes.

L'accompagnement jouant un rôle important dans la survie des entreprises et les FE bénéficiant d'un accompagnement particulier, s'interroger sur l'accompagnement exclusivement non-mixte proposé aujourd'hui aux EE, alors-même qu'elles sont des femmes, paraît être nécessaire.