

Enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice

Issues of Gender-Based Differentiation in the Collective Training of the Potential Female Entrepreneur

Elementos en en juego en la diferenciación por género en el apoyo colectivo a la mujer potencialmente creativa

Pascale Bueno Merino et Marie-Hélène Duchemin

Volume 20, numéro 4, été 2016

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1051677ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1051677ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal
Université Paris Dauphine

ISSN

1206-1697 (imprimé)
1918-9222 (numérique)

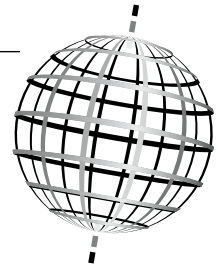
[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Bueno Merino, P. & Duchemin, M.-H. (2016). Enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 20(4), 90–112. <https://doi.org/10.7202/1051677ar>

Résumé de l'article

L'objectif de cet article consiste à identifier les enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. À partir d'une démarche abductive, nous montrons que la mise en place de collectifs de femmes, dans la phase ante-crédation, est génératrice de confiance en soi. Le caractère bienveillant, empathique et non compétitif du groupe exclusivement féminin facilite, pour certaines femmes candidates à la création, la déconstruction de stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin et atténue le sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale. En d'autres termes, la participation de la femme potentiellement créatrice à un collectif féminin répond à un besoin psychologique d'approbation externe qui peut faire défaut, notamment au sein de la famille. Toutefois, la pratique de l'accompagnement collectif au féminin dans la phase ante-crédation présente certaines limites. Ces dernières résultent de l'importance accordée par certaines femmes à la mise en place d'un environnement mixte pour le partage d'expériences entrepreneuriales diverses et le développement de réseaux d'affaires.



Enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice

Issues of Gender-Based Differentiation in the Collective Training of the Potential Female Entrepreneur

Elementos en juego en la diferenciación por género en el apoyo colectivo a la mujer potencialmente creativa

PASCALE BUENO MERINO

EM Normandie, Laboratoire MétiS, France

MARIE-HÉLÈNE DUCHEMIN

IAE de Caen Basse-Normandie, Laboratoire NIMEC, France

RÉSUMÉ

L'objectif de cet article consiste à identifier les enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. A partir d'une démarche abductive, nous montrons que la mise en place de collectifs de femmes, dans la phase ante-crédation, est génératrice de confiance en soi. Le caractère bienveillant, empathique et non compétitif du groupe exclusivement féminin facilite, pour certaines femmes candidates à la création, la déconstruction de stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin et atténue le sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale. En d'autres termes, la participation de la femme potentiellement créatrice à un collectif féminin répond à un besoin psychologique d'approbation externe qui peut faire défaut, notamment au sein de la famille. Toutefois, la pratique de l'accompagnement collectif au féminin dans la phase ante-crédation présente certaines limites. Ces dernières résultent de l'importance accordée par certaines femmes à la mise en place d'un environnement mixte pour le partage d'expériences entrepreneuriales diverses et le développement de réseaux d'affaires.

Mots-clés : Entrepreneuriat féminin; Accompagnement collectif; Différenciation selon le genre; Manque de confiance en soi; Stéréotypes de genre; Mixité

ABSTRACT

The aim of this article is to identify the issues of gender-based differentiation in the collective training of the potential female entrepreneur. Thanks to an abductive approach, we show that the establishment of female collectives, in the ante-creation phase, generates self-confidence. The benevolent, empathic and non-competitive nature of the all-female group facilitates, for some potential female entrepreneurs, the deconstruction of gender stereotypes on female entrepreneurship and reduces the feeling of guilt related to the difficulty to reconcile entrepreneurial project and family life. In other words, the participation of the potential female entrepreneur to an all-female group answers a psychological need for external approval that may be lacking, especially within the family. However, the practice of all-female collective training in the ante-creation phase has certain limits. The latter result from the importance attached by some women to the establishment of a gender-equal environment for sharing various entrepreneurial experiences and developing business networks.

Keywords: Female Entrepreneurship; Collective Training; Gender-Based Differentiation; Lack of Self-Confidence; Gender Stereotypes; Gender Diversity

RESUMEN

El objetivo de este artículo consiste en identificar lo que está en juego en la diferenciación por género en el apoyo colectivo a la mujer potencialmente creativa. Desde un enfoque abductivo, se puede mostrar que la creación de unos colectivos de mujeres en la fase que precede a la creación genera confianza en sí mismo. La naturaleza benévola, empática y no competitiva en el grupo exclusivamente femenino facilita, para algunas mujeres candidatas en la creación, la deconstrucción de los estereotipos de género vigentes en el empresariado femenino y reduce el sentimiento de culpa relacionado con la dificultad para conciliar proyecto empresarial y vida familiar. En otras palabras, la participación de la mujer potencialmente creativa en un colectivo femenino responde a una necesidad psicológica de aprobación externa que a veces falta dentro de la propia familia. Sin embargo, la práctica de apoyo colectivo femenino en la fase que precede a la creación presenta ciertas limitaciones resultantes del hecho que algunas mujeres dan mucha importancia a la existencia de un entorno mixto para compartir experiencias empresariales diversas y desarrollo de redes de negocios.

Palabras clave: Espíritu empresarial femenino; Apoyo colectivo; Diferenciación por género; Falta de confianza en en sí mismo; Estereotipos de género; Mixidad

L'accompagnement entrepreneurial constitue une pratique de plus en plus étudiée, à la fois par le monde académique mais également par les institutions politiques, notamment dans le souci de mesurer son efficacité (Messegem, Sammut, Chabaud, Carrier et Thurik, 2013). Des recherches ont montré que les entreprises accompagnées étaient caractérisées par un taux de survie supérieur à celui des entreprises non accompagnées (Paturol et Masmoudi, 2005). L'accompagnement entrepreneurial

à pour vocation d'apporter des conseils stratégiques, juridiques et financiers indispensables au futur entrepreneur (Dokou, 2001) et permet à ce dernier de trouver des sources de financement et de pérenniser son activité en comblant des insuffisances stratégiques (Gasse et Tremblay, 2007; Dokou, Gasse, Abiassi et Camion, 2004). Néanmoins, il serait actuellement caractérisé par une standardisation des méthodes et des outils qui ne prennent pas en compte les spécificités des entrepreneurs (Maâlaoui,

Bouchard et Safraou, 2014; Messeghem, Sammut, Chabaud, Carrier et Thurik, 2013; Verzat, Gaujard et François, 2010).

Concernant l'entrepreneuriat féminin, la question de l'accompagnement est d'autant plus importante que les créatrices potentielles continuent de faire face à certaines difficultés. Bien que de plus en plus diplômées, les femmes sont moins nombreuses que les hommes à créer (Kirkwood, 2009; Mueller et Dato-On, 2008). Par ailleurs, le choix du secteur d'activité reste fortement influencé par des réalités de genre (Lebègue, 2011; Shirokova et Tsyganova, 2010; Kirkwood, 2009; Bell, 2009; Cornet et Constantinidis, 2004). Les femmes exercent principalement dans le commerce de détail et les services à la personne et aux entreprises. En moyenne et relativement à leurs homologues masculins, elles dirigent des entreprises de plus petite taille, avec moins de financements de départ et moins de profits (Jennings et Brush, 2013; Fouquet, 2005). Elles affichent également des intentions de croissance plus faibles que les hommes (Davis et Shaver, 2012; Carrier, Julien et Menvielle, 2006) et font face à quatre préoccupations principales : le financement, le besoin d'amélioration des compétences par la formation, une intégration plus difficile des réseaux d'affaires et la conciliation travail-famille (Carrier, Julien et Menvielle, 2006). Ces difficultés impliquent de développer des réflexions académiques et institutionnelles sur ce que doivent être les contenus et les modalités d'encadrement en matière d'accompagnement entrepreneurial de la femme.

L'accompagnement différencié selon le genre a fait l'objet de peu de recherches académiques (Byrne et Fayolle, 2010; Orser et Riding, 2006), en dépit de l'accroissement des pratiques dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin. Un manque de consensus se dégage concernant son efficacité. À la fin des années 90, Lee et Rogoff soutenaient que les femmes n'avaient pas besoin de programme de formation spécifique dans le domaine de l'entrepreneuriat et confirmaient ainsi les travaux antérieurs de Birley, Moss et Saunders (1987). Des recherches récentes ont cependant attiré l'attention sur les vertus d'un accompagnement au féminin (Richomme-Huet et D'Andria, 2013; Kirkwood, 2009), notamment pour les femmes dont le projet entrepreneurial ne répondrait pas aux critères d'innovation technologique de nombreux incubateurs demeurant encore majoritairement masculins (Marlow et McAdam, 2012). Certaines femmes s'engagent en effet en priorité dans des activités tertiaires car celles-ci permettent de trouver un équilibre entre professionnelle et vie familiale (D'Andria, 2014). Le choix d'un accompagnement au féminin s'explique alors par le fait que la femme potentiellement créatrice *“se sentira plus à l'aise pour poser toutes les questions à d'autres femmes, notamment celles ayant trait à la conciliation entre sa vie professionnelle, personnelle, sociale et familiale”* (Mione, 2006, p.41).

Les recherches académiques ont privilégié les approches individuelles de l'accompagnement entrepreneurial, c'est-à-dire les approches basées sur le développement du potentiel du porteur de projet, grâce à la mise en place d'une relation dyadique entre accompagnateur et accompagné (coaching, mentorat, etc.). Les approches dites collectives, autrement dit réalisées en groupe restreint, ont été fort peu étudiées. Dans cet article, nous proposons de porter l'attention sur une forme

particulière d'accompagnement entrepreneurial de la femme combinant à la fois une approche genrée et une approche collective de l'accompagnement en phase *ante*-création. Pour plus de facilité dans l'analyse, nous utiliserons l'acronyme « ACAF » pour désigner la pratique d'Accompagnement Collectif Au Féminin que nous avons eu l'opportunité d'analyser. Ce soutien spécifique de la femme entrepreneur procède de l'organisation d'ateliers collectifs composés uniquement de femmes potentiellement créatrices et animés par une femme entrepreneur. Notre recherche a pour principal objectif d'identifier les avantages distinctifs et les limites de l'ACAF, relativement à d'autres formes d'accompagnement de la femme entrepreneur excluant une différenciation selon le genre.

L'accompagnement différencié selon le genre est préconisé afin d'atténuer le manque de confiance en soi de certaines femmes et de lever des freins de nature psychologique (Richomme-Huet et D'Andria, 2013; Byrne et Fayolle, 2010; Kirkwood, 2009). Il répondrait à certains besoins spécifiques des femmes tels que l'évaluation des capacités entrepreneuriales et l'établissement de la confiance en soi (Kirkwood, 2009; Orser et Riding, 2006). La peur de l'échec au démarrage de l'entreprise se révèle plus sensible chez la femme, même dans le cas de la création d'entreprise innovante (Bpifrance Le Lab, 2014). En conséquence, l'ambition de notre travail, consacré à l'analyse approfondie d'un dispositif genré d'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice, est de répondre à la question de recherche suivante : *Quels sont les avantages et les limites de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice ?* De façon plus précise, nous structurerons notre analyse autour des deux interrogations suivantes :

- Quel est le rôle de l'ACAF dans la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise ?
- Quel est le rôle de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice ?

Pour répondre à l'ensemble de ces interrogations, nous avons mis en œuvre une démarche abductive destinée à identifier les enjeux, pour la femme potentiellement créatrice, du recours à l'ACAF et à mieux appréhender la dynamique interactionnelle générée par ce type d'accompagnement. Analyser de façon approfondie les apports de l'ACAF relativement à d'autres formes d'accompagnement entrepreneurial de la femme en phase *ante*-création, répond également, selon nous, à l'objectif de clarification de l'offre française étendue d'accompagnement, dans une perspective de meilleure qualité et de lisibilité des services proposés (Messeghem, Sammut, Thoreux, Swalhi et Bakkali, 2014; Siegel, 2006). Les créatrices d'entreprise ne constituant pas un groupe homogène (Constantinidis, 2010), il est important de vérifier l'adéquation de l'ACAF à leurs besoins et à leurs objectifs en phase *ante*-création, par l'identification de ses avantages distinctifs et de ses limites.

Cet article sera organisé en trois parties. Dans un premier temps, nous présenterons le cadre théorique de notre recherche issu d'un croisement entre travaux consacrés à l'accompagnement différencié selon le genre et travaux de psychologie sociale consacrés aux apports de la dynamique de groupe restreint en matière d'apprentissage et d'engagement individuels. Dans un deuxième temps, nous préciserons les

modalités de notre dispositif méthodologique basé sur une approche qualitative de nature abductive, afin d'analyser en profondeur les avantages distinctifs et les limites de l'ACAF. Trois modalités ont été mises en œuvre : entretiens semi-directifs, observation non participante et expérimentations en univers féminin et en univers mixte. Dans un troisième temps, nous synthétiserons les résultats de notre recherche et les enrichirons d'éléments de discussion.

Avantages et limites de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice

Tout d'abord, nous contextualiserons notre recherche consacrée à l'ACAF par la présentation d'exemples concrets d'accompagnement spécifique dédié aux femmes potentiellement créatrices, lesquels ont tendance actuellement à se multiplier. Ensuite, nous nous attacherons aux enjeux de l'accompagnement au féminin dans la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise. La sensibilité de certaines femmes potentiellement créatrices aux stéréotypes de genre fera l'objet d'une attention particulière. Enfin, nous insisterons sur les apports de la dynamique de groupe restreint dans l'accompagnement entrepreneurial de la femme en y intégrant l'importance de la mixité, à la fois en terme de partage d'expériences entrepreneuriales et de développement de réseaux d'affaires. Envisager le rôle de la mixité dans l'accompagnement entrepreneurial des femmes permet de mieux appréhender les limites du recours à l'ACAF.

LA MULTIPLICATION DES PRATIQUES D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL AU FÉMININ

Compte tenu de la variété des profils des accompagnés, il semble important de renouveler les pratiques pour un accompagnement spécifique selon le porteur et la nature de son projet (Messegheem, Sammut, Chabaud, Carrier et Thurik, 2013). Pour Sammut (2003), « *l'accompagnement n'est pas carcan, il s'agit simplement de provoquer une impulsion, de tracer un cadre de réflexion, de créer des habitudes, de montrer que la réalité n'est pas toujours logique* » (p.162). Il doit même gagner en spécificité selon les besoins et l'âge du porteur de projet (Verzat, Gaujard et Francois, 2010). A titre d'illustration, Maâlaoui, Bouchard et Safrâou (2014) ont particulièrement insisté sur les enjeux de la mise en place d'incubateurs dédiés aux seniorpreneurs, pour un accompagnement psychologique et technique spécifique. L'accompagnement différencié selon l'âge permet dans ce cas particulier de « *surmonter les profondes remises en cause psychiques et professionnelles, l'exclusion, le sentiment d'inutilité ainsi que l'isolement* » (p.57). D'autres auteurs préconisent une approche genrée de l'accompagnement entrepreneurial. L'accompagnement différencié selon le genre s'est développé de manière importante ces dernières années et apparaît parfois faute de structures et de réponses adaptées aux besoins et aux attentes de certaines femmes entrepreneurs tels que ceux relatifs au souhait de concilier vie privée-vie professionnelle¹ (D'Andria, 2014; Richomme-Huet et D'Andria, 2013). L'encadré 1 ci-dessous

récapitule un ensemble d'initiatives de soutien entrepreneurial destinées de façon spécifique aux femmes.

En novembre 2011, la Commission européenne a lancé un programme de mentorat au féminin : « *European Network of Mentors for Women Entrepreneurs* ». Deux cents femmes chefs d'entreprise ayant réussi ont été choisies pour accompagner des femmes de dix-sept pays européens dans leur projet de création. Il s'agit d'un accompagnement spécifique réalisé par des femmes pour des femmes et mis en œuvre grâce au développement d'une plateforme électronique. Selon le rapport de la Commission européenne « *Encouraging women entrepreneurs* », ce programme a été instauré pour cinq raisons² :

1. Les femmes attachent de l'importance aux conséquences familiales que peut avoir la création de leur entreprise et notamment à l'impact financier sur la famille.
2. Lors de la création, les femmes gardent souvent leur emploi. Elles sont plus prudentes et plus sensibles que les hommes à l'échec.
3. Les femmes se lancent définitivement dans l'entrepreneuriat après une période d'essai plus longue.
4. Les femmes ont tendance à utiliser moins de capital que les hommes lors de leur création.
5. Les entreprises créées par des femmes ont une croissance plus faible que celles créées par des hommes mais plus stable avec moins de risques d'échec.

LES ENJEUX DE L'ACCOMPAGNEMENT AU FÉMININ DANS LA LEVÉE DE FREINS PSYCHOLOGIQUES VIS-À-VIS DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE

Plus de trente ans de recherches académiques sur l'entrepreneuriat féminin montrent que la création d'entreprise est influencée par des différences de genre (Schneor et Jenssen, 2014; Jennings et Brush, 2013). L'accompagnement différencié selon le genre est préconisé afin d'atténuer le manque de confiance en soi de certaines femmes et de lever des freins de nature psychologique (Richomme-Huet et D'Andria, 2013; Byrne et Fayolle, 2010; Kirkwood, 2009). Il est, dans cette perspective, sous-tendu par une approche psychologique du processus entrepreneurial (Pluchart, 2012). De façon plus précise, Cornet (2014) établit un lien entre approche genrée d'une politique socio-économique et stéréotypes sexués. Lorsqu'une politique est appréhendée selon l'impact genré, cela revient à déterminer « *la façon dont cette politique va renforcer ou non des stéréotypes sexués* » (p.56). L'étude des stéréotypes de genre dans le domaine de l'accompagnement entrepreneurial de la femme est d'autant plus importante qu'ils peuvent être à l'origine d'un phénomène d'autocensure. Peur de l'échec et aversion au risque sont à l'origine de freins en matière d'entrepreneuriat féminin (Bönte et Piegeler, 2013; Shirokova et Tsyganova, 2010; Grilo et Irigoyen, 2006). Pour certaines femmes, la projection dans l'activité entrepreneuriale et la construction d'une identité de femme entrepreneur impliquent de déconstruire au préalable des stéréotypes de genre.

1. Richomme-Huet et D'Andria (2013) se sont intéressées au cas particulier de l'accompagnement des mampreneurs en phase de post-crétion ou d'ante-crétion et destiné à rompre l'isolement du chef d'entreprise qui travaille à domicile. Cette forme particulière de soutien oscille entre cyberaccompagnement et accompagnement en présentiel.

ENCADRÉ 1

Exemples d'accompagnement spécifique dédié aux femmes potentiellement créatrices

- Le réseau des *Centres d'Information aux Droits des Femmes* (CIDF), fédéré par le CNIDFF (Centre National d'Information et de Documentation des Femmes et des Familles), regroupe 120 structures qui informent le public féminin dans des domaines variés tels que le droit, la vie quotidienne et l'emploi. Dans certains cas, des stages de formation et des entretiens individualisés sur la création d'entreprise sont mis en place. Un Fond de Garantie à l'Initiative des Femmes (FGIF) peut être attribué à toutes les femmes qui veulent créer ou reprendre une entreprise.
- Le réseau *RACINES* (Réseau d'Accompagnement des Créations et des Initiatives par une Nouvelle Epargne de Solidarité) facilite l'insertion des femmes dans la vie économique et financière. Il propose aux créatrices un outil financier, le CLEFE (Club Local d'Epargne pour les Femmes qui Entreprennent), dont l'objet est d'accorder des prêts à des entreprises créées et gérées par des femmes ainsi qu'un accompagnement avec un suivi de gestion d'une durée minimale de deux ans.
- *Action'elles* est une association fondée par des créatrices d'entreprise pour rompre l'isolement. L'objectif est de se rencontrer, s'entraider, réfléchir ensemble et partager. Selon l'APCE (Agence pour la Création d'Entreprises), « elle propose aujourd'hui aux créatrices un accompagnement en amont de la création, une aide au démarrage de l'activité, un mentorat pour franchir le cap des premières années et une assistance au développement. »
- Le réseau *Pionnières*, créé par Frédérique Clavel, actuellement Présidente de l'APCE, développe et anime un réseau d'incubateurs au féminin. Ces incubateurs sont dédiés aux créatrices d'entreprise ayant un projet dans le domaine des services innovants à la personne et aux entreprises. Selon l'APCE, « ces associations proposent un parcours original d'accompagnement à la création d'entreprise (pré-incubation) ainsi que la mise à disposition de bureaux ».
- *Force femmes* est une association qui accompagne les femmes de plus de 45 ans dans leurs démarches de retour à l'emploi et de création d'entreprise. Composée de bénévoles, la structure délivre conseils, formations, échanges et coaching.
- *Entreprendre au féminin* est un réseau présent dans plusieurs régions et animé par des femmes chefs d'entreprise. Selon l'APCE, « ces associations proposent un accompagnement aux femmes qui ont une idée ou un projet de création d'entreprise. Elles interviennent en amont de la création d'entreprise, au stade du projet et en post-crédation sur le développement de compétences d'entrepreneure et la mise en réseau ».
- *Girls in Tech Paris*, premier réseau des femmes travaillant dans les nouvelles technologies, met en valeur les femmes et leurs parcours dans la technologie afin d'encourager la mixité dans un milieu traditionnellement masculin.
- Au niveau européen, *Irfed-Europe* est une association créée en 1980 qui intervient dans le monde de la création d'entreprise par les femmes. Elle a instauré un dispositif de formation et d'accompagnement à l'attention des femmes en situation de précarité devant l'emploi, notamment immigrées ou issues de l'immigration. Ce dispositif comporte de nombreuses actions d'information, d'orientation, de formation mais aussi d'accompagnement individualisé permettant le montage de dossiers financiers, marketing et d'aide aux démarches administratives. L'association anime également un club de femmes créatrices.

Le manque de confiance en soi : un frein à l'entrepreneuriat féminin

Koellinger, Minniti et Schade (2007) définissent la confiance entrepreneuriale comme la croyance subjective que l'on dispose de compétences suffisantes pour démarrer une affaire. Pour ces auteurs, la confiance dans ses capacités entrepreneuriales est un déterminant majeur dans la décision d'entreprendre. D'autres chercheurs mobilisent le concept d'auto-efficacité entrepreneuriale (Mueller et Dato-On, 2008; Zhao, Seibert et Hills, 2005) pour désigner l'évaluation que fait l'individu de sa capacité à entreprendre. Le processus entrepreneurial « est éminemment subjectif. Il s'ancre dans le « concept de soi », défini comme la manière dont l'entrepreneur se perçoit et l'estime qu'il a de lui-même » (Verzat, Gaujard et Francois, 2010, p. 61). La confiance en ses compétences entrepreneuriales et la connaissance d'autres entrepreneurs constituent des caractéristiques cruciales des femmes et hommes impliqués dans le démarrage d'une entreprise. Selon Langowitz et Minniti (2007), il existerait une corrélation fortement positive et significative entre la confiance en soi, la perception d'opportunités et la probabilité de créer une entreprise. Les hommes auraient des perceptions plus optimistes et donc des incitations plus fortes à créer leur entreprise. La principale différence serait la façon dont les hommes et les femmes se perçoivent eux-mêmes dans leur environnement.

Les perceptions individuelles jouent un rôle important dans le comportement entrepreneurial des femmes (Minniti, 2010). Le processus de création d'une entreprise peut être assorti d'une phase de doutes qui « se manifeste très concrètement par une incertitude sur la suite à donner à l'entreprise : l'entrepreneur envisage l'éventualité d'arrêter » (Valeau, 2006, p. 38). Cette phase de doutes peut s'expliquer par un manque de confiance en soi nécessitant alors le recours à un accompagnement spécifique selon le genre, afin de lever des barrières psychologiques, émotionnelles ou affectives (Pluchart, 2012; Byrne et Fayolle, 2010) et d'accroître les ambitions de la femme (Kirkwood, 2009). La phase d'émergence de l'idée à l'origine du projet entrepreneurial est également génératrice de doutes chez les créateurs-trices. Le manque de confiance en soi de certaines porteuses de projet accentue les incertitudes, ce qui rend fondamental le soutien et les conseils de l'accompagnateur-trice dans cette période sensible.

Pour Shirokova et Tsyganova (2010), le manque de confiance en soi constitue une différence de genre en matière d'entrepreneuriat et peut être amoindri via des programmes de formation à la création d'entreprise. Dans leur recherche, l'impact de la formation sur l'activité entrepreneuriale est apparu plus important chez les créatrices que chez les créateurs. Ainsi, les spécificités du porteur de projet et de la phase *ante*-création peuvent justifier un accompagnement spécifique. Kirkwood

(2009) recommande la mise en place de programmes d'accompagnement au féminin, le réseautage au féminin ainsi que la diffusion de modèles de réussite entrepreneuriale au féminin pour accroître la confiance de la femme dans ses capacités entrepreneuriales. L'auteur encourage une focalisation plus grande des programmes de formation sur la construction de la confiance en soi plutôt que sur le développement de compétences techniques. Cornet (2014) rappelle la nécessité de « *penser une politique de soutien à l'entrepreneuriat en mettant en avant des entrepreneurs hommes mais aussi des femmes impliquées dans tous les secteurs d'activité, y compris ceux et celles qui sont dans des secteurs fortement féminins ou masculins* » (p.61).

Impact de l'accompagnement au féminin sur les antécédents du manque de confiance en soi de la femme entrepreneur

L'entrepreneuriat continue d'être perçu comme une activité masculine (Gupta, Turban, Wasti et Sikdar, 2009; Gupta et Bhawe, 2007). Selon Cornet (2014), le genre est sous-tendu par des constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin, avec une dévalorisation des caractéristiques dites féminines et une survalorisation des caractéristiques perçues comme masculines. L'activité entrepreneuriale est impactée par les croyances sociétales. Ces croyances font que certaines femmes ne s'identifient pas à l'entrepreneuriat et ne recherchent pas d'opportunités d'affaires (Minniti et Naudé, 2010). En plus de la déconstruction des stéréotypes de genre, l'accompagnement au féminin a pour vocation de surmonter deux autres barrières : le sentiment de culpabilité qui peut être éprouvé en cas de difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale et la faiblesse du capital relationnel.

Déconstruire les stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin

Gupta et Bhawe (2007) définissent les stéréotypes de genre comme des croyances partagées à propos des caractéristiques et des attributs associés à chaque sexe. Ils reposent sur l'établissement de dichotomies permettant de prédire facilement les comportements caractéristiques d'une catégorie (les hommes sont par nature agressifs, autonomes alors que les femmes sont réputées être gentilles ou d'un grand soutien). Ils fournissent des repères sur ce que les gens sont (stéréotypes descriptifs) ou doivent être (stéréotypes prescriptifs), sur leurs compétences ou leurs incompétences. Les stéréotypes de genre seraient d'autant plus difficiles à déconstruire que les hommes n'associeraient pas de caractéristiques féminines à l'activité entrepreneuriale (Gupta, Turban, Wasti et Sikdar, 2009). Scharnitzky (2012) distingue trois catégories de stéréotypes : l'autostéréotype (ce que les femmes pensent des femmes et ce que les hommes pensent des hommes), l'hétérostéréotype (ce que les femmes pensent des hommes et ce que les hommes pensent des femmes) et le métastéréotype (ce que l'on s'imagine que les autres pensent de nous). Dans le cadre de l'entreprise, les stéréotypes de genre peuvent générer un risque d'autocensure des femmes : « *Le stéréotype qui associe les compétences liées à l'autorité et au leadership aux hommes et celles liées à l'écoute et à l'empathie aux femmes, représente un frein pour la confiance en soi des femmes. Il est difficile de se sentir à la hauteur ou même de se projeter sur des fonctions de managers ou de direction quand on sait que les compétences demandées font davantage référence au modèle masculin. Ainsi, les femmes auront tendance, soit à s'autocensurer, soit à se comporter en fonction de*

ces projections c'est-à-dire adopter des comportements masculins. » (p. 11). Les stéréotypes renvoient à des différences dans les caractéristiques psychologiques des hommes et des femmes (Mueller et Dato-On, 2008) et à une répartition des rôles au sein de la société (exemple de certains métiers qui sont traditionnellement considérés comme plus adéquats pour les hommes). La confiance en soi est assimilée à une caractéristique masculine.

Le concept de menace du stéréotype a été développé en psychologie sociale pour expliquer la diminution de performance de certains groupes sociaux lorsqu'ils ressentent cette menace. Des études ont montré que les femmes obtenaient de meilleurs scores à des tests mathématiques dans des groupes essentiellement féminins (Sekaquaptewa et Thompson, 2003) alors que la performance des hommes resterait inchangée quelle que soit la composition du groupe. La performance des femmes serait affectée positivement par la formulation de consignes non menaçantes en terme de stéréotype (Spencer, Steele et Quinn en 1999). Un environnement non menaçant, sécurisant, peut donc impacter de façon positive la performance de certaines femmes. Pour Désert (2004), les femmes seraient plus sensibles que les hommes à leur entourage social. Elles seraient également plus compétitives lorsqu'elles sont en concurrence avec d'autres femmes ou avec des individus qu'elles ont choisis (Gupta, Poulsen et Villeval, 2013; Bengtsson, Persson et Willenhag, 2005; Gneezy, Niederle et Rustichini, 2003). La compétition mixte, au contraire, renforcerait les différences de genre étroitement liées à un manque de confiance en soi et impacterait de façon négative leur performance (Gneezy, Niederle et Rustichini, 2003).

Lever le sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale

Le rapport à la vie de famille influence également la décision d'entreprendre chez la femme (D'Andria, 2014). Il l'impacte de façon négative lorsqu'il génère un sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier vie familiale et vie professionnelle (Richomme-Huet et D'Andria, 2013; Carrier, Julien et Menvielle, 2006; Fouquet, 2005; Laufer, 2003; Schindehutte, Morris et Brennan, 2003). Le sentiment de culpabilité est constitutif d'un biais émotionnel et affectif (Pluchart, 2012). Les reproches de la famille peuvent constituer un obstacle au projet entrepreneurial de la créatrice (Constantinidis, 2010). Le manque de confiance en soi qui peut en résulter procède de la croyance de la femme en son incapacité à consacrer suffisamment de temps à son projet entrepreneurial, du fait de la vie de famille. La proximité avec des femmes partageant le même objectif (concilier vie familiale et vie professionnelle) ou ayant des problèmes similaires est rassurante (Richomme-Huet et D'Andria, 2013). Cette proximité permet à la femme potentiellement créatrice de comparer sa situation avec celle d'autres créatrices, de gagner en confiance et d'obtenir le soutien qui peut faire défaut dans la famille (Constantinidis, 2010). Le rôle du conjoint est également mis en exergue dans la littérature en entrepreneuriat féminin en terme d'accompagnement informel (Nikina, Le Loarne et Shelton 2012). Il peut être facilitateur lorsque le conjoint a une conception moderne du rôle de la femme et de l'homme dans la société et dans la famille ou, au contraire, constituer un frein lorsque le conjoint adhère davantage à une vision beaucoup plus traditionnelle et stéréotypée de la répartition des rôles entre homme et femme dans le couple.

Développer l'activité de réseautage

La connaissance d'autres entrepreneurs est une caractéristique des femmes et des hommes impliqués dans la création d'entreprise (Langowitz et Minniti, 2007). Les réseaux d'affaires au féminin se développent : Action'elles, Aix'Elles, Business Woman, CréActives, Cyberelles, Femmes Business Angels, Fédération Pionnières, etc. Richomme-Huet et D'Andria (2013) ont comptabilisé en France 45 structures de soutien à l'entrepreneuriat féminin. Malgré cela, les femmes sont encore peu présentes dans les réseaux d'affaires. Des études expliquent cette situation par le manque de temps dû aux responsabilités familiales, le manque de crédibilité, le coût financier, la distance géographique, le manque d'information mais aussi par les caractéristiques individuelles telles que l'âge, l'origine ethnique, l'éducation et l'expérience professionnelle antérieure (Constantinidis, 2010; Constantinidis, Cornet et Asandei, 2006; Blisson et Rana, 2001). Pour Constantinidis (2010), les représentations sur le genre des femmes entrepreneurs, alimentées par des stéréotypes sexués, expliquent les freins auxquelles certaines sont confrontées en matière de réseautage. Ces stéréotypes découlent de « *processus de séparation (ce qui est considéré comme masculin ou féminin) et de hiérarchisation (la valorisation du masculin considéré comme la norme)* » (p.131). L'auteur (2010) rapporte par ailleurs l'exemple d'une femme opposée aux réseaux exclusivement féminins mais qui reconnaît « *qu'ils peuvent constituer un outil pour former et motiver les femmes entrepreneurs, afin qu'elles puissent prendre confiance en elles et surmonter les difficultés liées à leurs représentations sur le genre* » (p.140). Pour certaines femmes caractérisées par une logique de dédoublement, les réseaux féminins seraient complémentaires aux réseaux masculins dans le soutien moral et psychologique qu'ils apporteraient à la femme entrepreneur. Pour d'autres femmes, le recours aux réseaux féminins s'explique par le fait qu'elles se sentent marginalisées et désavantagées par rapport aux hommes. L'apport du réseau féminin réside alors dans la possibilité d'améliorer son affirmation de soi, d'obtenir un soutien qui peut faire défaut dans la cadre de la cellule familiale et de lever, *in fine*, un sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier temps entrepreneurial et temps familial. La mise en place de collectifs de femmes repose sur une logique de regroupement affinitaire "par catégorie" afin de "permettre la création d'un entre-soi groupal, libérateur de parole, (re)créateur de confiance en soi et dans le collectif et catalyseur d'action" (Bruna et Chauvet, 2014, p.178).

LES APPORTS DE LA DYNAMIQUE DE GROUPE RESTREINT DANS L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL DE LA FEMME : LE RÔLE DE LA MIXITÉ

Dans un premier temps, nous nous attacherons aux bienfaits de la dynamique de groupe restreint dans le passage à l'acte entrepreneurial. Dans un second temps, nous étudierons le rôle de la mixité dans l'accompagnement collectif des femmes potentiellement créatrices, afin d'identifier les limites de l'accompagnement différencié selon le genre. En effet, les programmes d'accompagnement au féminin subissent des critiques quant à leur efficacité. Ils renforceraient davantage les stéréotypes de genre qu'ils ne les élimineraient (Orser et Riding, 2006). L'accès à des réseaux masculins permettrait alors une déconstruction des stéréotypes en favorisant des moments de partage entre

hommes et femmes et, en conséquence, une réduction des tensions (Scharnitzsky, 2012).

Contribution de la dynamique de groupe restreint au passage à l'acte entrepreneurial

L'importance accordée à la dynamique de groupe dans la production du changement et de l'engagement individuel prend ses racines dans les travaux fondateurs de Kurt Lewin (1947). Pour Joule et Beauvois (2002; 1998), cet engagement devant les pairs est d'autant plus puissant qu'il donne lieu à une déclaration publique entraînant l'action future. La dynamique du petit groupe, également appelé « groupe restreint », est caractérisée de la façon suivante par Bales (1999) : « Un petit groupe consiste en un nombre de personnes qui subissent des interactions réciproques, soit au cours d'une réunion « face à face », soit au cours de plusieurs réunions successives, au cours desquelles chaque participant a des impressions ou des perceptions des autres participants suffisamment claires pour qu'il puisse, soit sur le champ, soit lorsqu'il sera interrogé plus tard à ce sujet, faire état de quelques réactions envers les autres personnes, même si ces réactions consistent simplement en un souvenir de présence des autres. » (p. 284). Anzieu et Martin (2013) soulignent que la dynamique des groupes restreints est synonyme de psychologie des petits groupes, afin que chaque membre perçoive les autres et réagisse avec.

Pour De Visscher (2013), la notion de groupe restreint se réfère davantage à un groupe spatio-temporel qu'à un petit groupe limité en terme de taille : « Si le groupe, en « dynamique de groupes », est dit « restreint », c'est moins pour insister sur le petit nombre de personnes qui y participent que pour se référer aux seuls groupes circonscrits *spatio-temporellement, ensemble de personnes réunies en un même lieu et en même temps (hic et nunc)*. [...] Dans cet « ici et maintenant », les participants ont la double possibilité d'une perception réciproque et d'une interaction effective directe avec chacun des autres. A partir de ce sort commun expérimenté, les échanges interindividuels induisent des relations tant cognitives qu'affectives, une interdépendance des membres, une solidarité, la constitution de normes et croyances spécifiques, de signaux, de rites et codes propres. » (p. 60-61). En d'autres termes, la dynamique de groupe influence les représentations et les actions individuelles.

Richomme-Huet et D'Andria (2013) font la distinction entre accompagnement individuel et accompagnement collectif : elles mettent en avant le rôle de l'accompagnement collectif en groupe restreint dans le partage d'expériences entrepreneuriales en matière de création de site internet, de référencement, de marketing, de protection de la marque, de communication, de développement personnel, etc. Ce type d'accompagnement collectif semble davantage porter sur le développement de compétences entrepreneuriales sur un plan technique. Pour ces auteurs, la dimension collective de l'accompagnement entrepreneurial se réfère à un accompagnement standardisé permettant de « *mettre l'entrepreneur dans les meilleures conditions matérielles* » (p.101) relatives à la formation, au suivi, au financement et à l'hébergement du projet entrepreneurial. La dimension individuelle de l'accompagnement, via le mentorat, le tutorat ou le coaching, aurait davantage pour objectif de « *révéler le potentiel entrepreneurial et rendre autonome, dans les meilleures conditions immatérielles* » et agirait comme un guide,

une maïeutique, un catalyseur, etc. Dans notre recherche, nous nous distinguons de cette approche en conférant à la dimension collective de l'accompagnement une vertu psychologique libératrice, grâce à la bienveillance et à l'empathie mises en œuvre par l'ACAF. Dans leur étude, le besoin d'accompagnement différencié provient essentiellement de la maternité pour des femmes devenant entrepreneur au cours de leur grossesse ou dans la période préscolaire de leur(s) enfant(s).

Fabbi et Charue-Duboc (2013) envisagent une forme collective d'accompagnement entrepreneurial basée sur la domiciliation partagée au sein d'un espace appelé « La Ruche » et animée par une dynamique d'apprentissage collectif. Bien que l'objectif de cette forme d'accompagnement se limite à la mise à disposition d'un lieu physique de domiciliation de la nouvelle entreprise et d'un lieu de travail (les entrepreneurs hébergés ne cherchant pas de soutien direct à leur activité entrepreneuriale), les auteurs insistent sur l'importance de la dynamique interactionnelle générée par la co-localisation d'entrepreneurs sociaux en pré ou post-crédation, afin de rompre l'isolement et d'accéder à des opportunités de rencontres et d'échanges. La bienveillance et la confiance réciproque qui caractérisent ce lieu de vie professionnelle partagé constituent des moteurs d'apprentissage collectif par la co-construction, grâce à la programmation d'événements et de rencontres. « *La figure de l'accompagnateur disparaît au profit du collectif formé par les entrepreneurs* (p.86). »

Enfin, Fayolle et Schmidt (2014) rappellent l'importance, dans l'accompagnement entrepreneurial, de la prise en considération du plan humain, de l'écoute attentive, du questionnement candide et de l'esprit de bienveillance. Ces variables de contexte vont influencer de façon positive des variables dispositionnelles ou de personnalité telles que le bien-être psychologique, l'estime de soi, le sentiment d'efficacité personnelle, le locus de contrôle et l'optimisme qui peuvent être considérés comme des indicateurs de réussite d'une formation et d'un niveau de performance atteint (Gillet, Gilibert et Girandola, 2013).

Le rôle de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice

Selon Constantinidis (2010), certaines femmes évoluent dans une logique réticulaire d'assimilation en rejetant les réseaux féminins qu'elles identifient à des ghettos et en investissant des réseaux majoritairement masculins pour accéder à de l'information professionnelle et nouer des contacts d'affaires. Elles percevraient les hommes entrepreneurs « *comme plus disponibles, plus organisés et/ou plus méthodiques que les femmes entrepreneures* » (p.134). D'autres femmes insistent sur l'importance des réseaux mixtes pour « *découvrir la manière dont les hommes travaillent [et leur faire prendre conscience] des problèmes rencontrés par les femmes* » (p.137). La complémentarité des façons de voir et la richesse des expériences sont, pour ces femmes, les facteurs explicatifs de l'intégration de réseaux mixtes. La constitution d'un réseau relationnel pertinent représente un levier de croissance deux fois plus important pour la femme créatrice d'entreprise innovante que chez son homologue masculin (Bpifrance Le Lab, 2014), tout comme la cohésion de l'équipe.

Mixité des compétences et confiance entrepreneuriale

Mueller et Dato-On (2008) plaident pour un modèle androgyne de l'entrepreneuriat, en s'appuyant sur les travaux de Bem (1974) qui a proposé un instrument de mesure de la masculinité, de la féminité et de l'androgynie, le BSRI (Bem's Sex Role Inventory). En début de processus entrepreneurial, la performance de l'entrepreneur participe principalement de la créativité et de l'innovation, ce qui implique à la fois des compétences masculines et féminines. Par la suite, l'entrepreneur, homme ou femme, devra disposer d'une capacité de persuasion et de leadership, capacité associée généralement à une caractéristique masculine. La confiance entrepreneuriale d'un individu serait donc impactée tantôt par la détention de compétences masculines tantôt par la mise en œuvre de compétences féminines. Les auteurs ont démontré, dans le cadre de leur recherche, que le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale n'était pas impacté par le genre, les invitant à penser que les temps sont en train de changer.

Gupta et Bhawe (2007) préconisent de valoriser, dans les programmes de formation entrepreneuriale et dans les médias, des caractéristiques entrepreneuriales neutres, autrement dit qui soient communes aux hommes et aux femmes, afin d'encourager ces dernières à s'engager davantage sur la voie de l'entrepreneuriat. Dans l'étude de Cornet et Constantinidis (2004), 40 % des femmes interrogées étaient en demande de plus de mixité en matière de formation permanente, afin de gagner en confiance et de s'exprimer plus facilement. Seulement 20 % des femmes interrogées se sont déclarées favorables à des groupes spécifiquement féminins. La recherche de diversité dans le partage d'expériences entrepreneuriales, à travers la participation de la femme potentiellement créatrice à un groupe mixte, permet d'éviter les effets négatifs de la pensée de groupe (Janis, 1972). Ces effets négatifs sont liés à la recherche d'un consensus pour préserver la cohésion du groupe et éviter les sources de conflit potentiel, par un mécanisme d'autocensure des voix discordantes. Cette pensée de groupe, privilégiée dans un souci de bienveillance et d'empathie mais susceptible d'être renforcée par des complicités de genre, peut empêcher d'appréhender de manière réaliste le potentiel d'un projet entrepreneurial.

Environnement mixte et déconstruction des stéréotypes de genre

Selon Scharnitzky (2012), un environnement mixte améliorerait la réduction des stéréotypes de genre. Dans le cadre de son étude menée auprès de plus de 1200 salariés évoluant dans différentes organisations, il aboutit aux conclusions suivantes :

- Dans un environnement mixte, les femmes ont une vision des hommes moins négative.
- Dans un environnement féminin, la vision des femmes envers les hommes est la plus négative.
- Les femmes auraient également une meilleure image d'elles-mêmes dans un environnement mixte.
- Pour les hommes, la mixité améliore fortement l'image qu'ils ont des femmes mais elle impacte également de façon importante l'image qu'ils ont d'eux-mêmes.

Il en déduit que la mixité des rapports entre hommes et femmes génère des stéréotypes plus positifs et favorise la coopération entre les hommes et les femmes et la réduction des

tensions. Il plaide par ailleurs pour la promotion d'un modèle androgyne du manager, le manager idéal, homme ou femme, devant disposer à la fois de compétences réputées traditionnellement comme masculines (charisme, leadership, impartialité, capacité de décision, ...) et de compétences réputées traditionnellement comme féminines (relationnel, empathie, écoute, organisation, savoir, ...). En terme de communication interne, et pour faciliter les projections des femmes à des postes à responsabilités, il semble essentiel, selon lui, de valoriser des compétences perçues comme masculines et féminines (ou « compétences mixtes ») et, *in fine*, de faire émerger des représentations androgynes des qualités managériales. L'auteur préconise que les hommes participent aux actions de coaching et de mentoring des femmes, organisées dans le cadre de réseaux féminins, « notamment pour permettre aux femmes d'ajuster la perception que les hommes ont envers elles, qu'elles croient négative alors qu'elle est plutôt bonne en réalité » (p.21). La déconstruction des stéréotypes de genre passerait donc par des moments de partage entre hommes et femmes, la mixité ayant aussi un rôle à jouer dans l'accompagnement psychologique et émotionnel des femmes qui sont sensibles aux stéréotypes de genre.

Selon Cornet (2014), les différences de genre sont contextuelles et temporelles et peuvent donc s'atténuer au cours du temps. A titre d'illustration, elle cite le cas de l'évolution des rôles de l'homme et de la femme dans la vie domestique et familiale, l'homme étant de plus en plus incité à y prendre part. Cette évolution des rôles modifie la vision traditionnelle de la répartition des tâches dans la sphère familiale : « *Il est perçu, dans nos sociétés, de plus en plus comme « normal » qu'un homme demande des aménagements de son temps de travail pour des raisons familiales (garde partagée, etc.) mais cela est loin d'être vrai dans tous les pays du monde* » (p.58). Certaines situations de genre ont donc tendance à s'estomper pour faire place à une interchangeabilité dans la répartition des rôles entre hommes et femmes. Pour Scharnitzky (2012), « *Le rôle du père évolue, il souhaite aujourd'hui s'investir autant que la femme dans sa vie familiale et tend à avoir les mêmes préoccupations relatives à un équilibre vie privée-vie professionnelle.* » (p.18). En 2001, Fitzgerald et Winter insistaient déjà sur certaines similarités de situation dans le cas du travail à domicile. Dans cette recherche, l'équilibre entre temps dédié au travail et temps dédié à la famille constitue une préoccupation commune aux hommes et aux femmes et la femme ne serait pas plus sensible que l'homme à la recherche de cet équilibre.

La construction de notre cadre théorique a nécessité le croisement de deux types de littérature académique : une première littérature dédiée aux enjeux de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement entrepreneurial de la femme et une seconde littérature empruntée à la psychologie sociale et consacrée aux apports de la dynamique de groupe restreint en matière d'apprentissage et d'engagement individuels. Ce cadre théorique nous a permis de formuler quatre propositions de recherche afférentes aux avantages distinctifs et aux limites de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice.

- P1 : Dans la phase ante-crédation, l'accompagnement en groupe exclusivement féminin convient davantage aux femmes éprouvant un manque de confiance dans leurs capacités entrepreneuriales.
- P2 : L'accompagnement en groupe exclusivement féminin facilite, pour la femme potentiellement créatrice, la déconstruction de stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin.
- P3 : L'accompagnement en groupe exclusivement féminin atténue, pour la femme potentiellement créatrice, le sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale.
- P4 : Dans la phase ante-crédation, l'accompagnement en groupe mixte convient davantage aux femmes animées prioritairement par la recherche d'expériences entrepreneuriales diverses et le développement de réseaux d'affaires.

Méthodologie de la recherche : une approche abductive qualitative

Notre recherche sur l'ACAF vise à mieux appréhender son « effectivité » (Pluchart, 2012; Paturel, 2000), à travers l'étude de ses apports pour des femmes potentiellement créatrices. Elle n'a cependant pas pour ambition d'évaluer son « efficacité », liée à la pérennité des entreprises accompagnées, ou bien encore son « efficience », mesurée par la facilité et la rapidité d'accès aux ressources apportées aux créateurs. Dans cette recherche, nous nous concentrons sur les avantages distinctifs et les limites de l'ACAF perçus par les femmes potentiellement créatrices. Très peu de travaux ont été consacrés à cette forme particulière d'accompagnement entrepreneurial combinant à la fois différenciation selon le genre et dynamique collective. Notre recherche, de nature exploratoire, s'est appuyée en conséquence sur une démarche abductive, afin d'améliorer la production de sens et d'aboutir à de nouvelles articulations théoriques entre des concepts. La démarche abductive permet en effet, *via* des allers-retours fréquents entre les données brutes et les connaissances académiques, un essai de conjecture sur les relations qu'entretiennent effectivement les choses (Koenig, 2013; Dubois et Gadde, 2002) et une proposition de cadre conceptuel qui, pour tendre vers la règle ou la loi, devra être testée par la suite sur une plus grande échelle (Charreire et Durieux, 2014). On ne parle pas de vrai ou de faux, « *l'abduction ne porte que sur le possible* » (Dumez, 2012, p.5).

UNE DEMARCHE ABDUCTIVE

Notre recherche est fondée sur une démarche abductive. Charreire et Durieux (2014) parlent à cet égard d'"exploration hybride" pour désigner la production de connaissances basée sur des allers-retours entre observations empiriques et connaissances théoriques : « *Le chercheur a initialement mobilisé des concepts et intégré la littérature concernant son objet de recherche. Il va s'appuyer sur cette connaissance pour donner du sens à ses observations empiriques en procédant par allers-retours fréquents entre le matériau recueilli et la théorie. La démarche est abductive dans ce cas.* » (Charreire et Durieux, 1999, p.69). Le recours à cette démarche, qui se situe entre l'exploration et le test, est justifié dans le cadre de notre recherche par différents motifs :

- Notre recherche est exploratoire : notre objectif est d'élaborer de nouvelles articulations théoriques entre des concepts (différenciation selon le genre et accompagnement collectif de la femme entrepreneur) et non de mettre à l'épreuve un ensemble d'hypothèses (Charreire et Durieux, 2014). Par conséquent, la déduction pure est exclue.
- Des retours fréquents à la théorie se sont imposés en raison du grand nombre de données collectées : ces retours à la théorie facilitent la mise en ordre du matériau empirique recueilli ainsi que la production de sens. L'importance du matériau empirique s'explique par la rareté des travaux antérieurs consacrés à la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme entrepreneur. La collecte de données nombreuses et de différentes natures nous contraint à structurer régulièrement notre système d'observations par des retours fréquents à la théorie.
- L'induction pure est exclue. Elle suppose en effet d'explorer un phénomène en faisant table rase des connaissances antérieures sur le sujet (Charreire et Durieux, 2014). Or, pour mener à bien notre investigation sur les avantages distinctifs et les limites de l'ACAF, nous avons tiré profit de travaux antérieurs consacrés respectivement à la différenciation selon le genre dans l'accompagnement entrepreneurial de la femme et à la dynamique de groupe restreint en psychologie sociale.

**LE RECUEIL DE DONNÉES QUALITATIVES :
UNE APPROCHE MULTI-MÉTHODES POUR UNE ANALYSE
APPROFONDIE DE PROCESSUS**

Afin d'analyser en profondeur les avantages distinctifs et les limites de l'ACAF et de procéder à des comparaisons entre groupe genré et groupe mixte, nous avons combiné différentes méthodes de collecte de données qualitatives, particulièrement éclairantes dans l'exploration de phénomènes entrepreneuriaux car elles permettent de saisir les processus dans leur complexité et dans la diversité de leurs contextes (Hlady-Rispal et Jouison-Laffitte, 2015; 2014). Pour Eisenhardt (1989), la méthodologie qualitative est particulièrement utile lorsque le phénomène étudié a fait l'objet de peu de travaux antérieurs et que la finalité de la recherche entreprise réside dans la construction théorique et non pas dans le test.

Trois étapes ont encadré notre analyse de processus. La première a consisté à réaliser des entretiens semi-directifs, entre octobre 2012 et avril 2013, auprès de femmes ayant bénéficié d'un ACAF, dans le cadre de l'incubateur « Normandie Pionnières » qui anime et développe un réseau d'accompagnement au féminin à la création d'entreprises³. La deuxième étape s'est appuyée sur une démarche d'observation participante, *via* notre immersion dans un dispositif d'ACAF. Cette deuxième étape nous a permis de mieux identifier les spécificités de fonctionnement, d'animation et d'interactions mises en œuvre dans le cadre du jeu collectif du GonoGo®. La troisième étape, mise en place entre mai et juin 2014, a consisté à organiser deux expérimentations, afin d'isoler, dans l'ACAF, les effets du genre des effets de la dynamique de groupe restreint et de mieux appréhender le rôle de la mixité dans l'accompagnement collectif des femmes entrepreneurs. Nous souhaitons neutraliser, dans la mesure du

possible, l'impact du genre dans l'ACAF, pour mieux identifier sa valeur ajoutée et ses limites, relativement à d'autres formes d'accompagnement excluant la différenciation selon le genre. A cette fin, nous avons choisi de tester le jeu collectif du GonoGo®, habituellement pratiqué en univers exclusivement féminin, en univers mixte. La collecte de données primaires a été complétée par une analyse de données secondaires (site internet de l'association, brochures et articles de presse dédiés à son activité, etc.), dans un souci de triangulation.

**Les entretiens semi-directifs :
pour une confrontation des points de vue**

Afin de confronter les points de vue dans le domaine de l'ACAF, nous avons réalisé trente entretiens semi-directifs auprès d'accompagnateurs-trices et d'accompagnées et multiplié en conséquence les études de cas. L'étude de cas multiple autorise en effet l'exploration en profondeur d'un objet de recherche en favorisant l'accès à des perceptions d'acteurs. La confrontation de points de vue favorise le repérage de régularités en faisant varier les caractéristiques contextuelles de la recherche (Thietart *et al.*, 2014; Yin, 2013; Hlady-Rispal, 2002). Pour isoler les spécificités et les enjeux de l'ACAF relativement à l'accompagnement non différencié, nous avons par ailleurs interviewé des accompagnateurs (hommes et femmes) intervenant dans des structures d'accompagnement mixte ainsi que des femmes entrepreneurs ayant eu recours à un accompagnement non différencié.

Parmi les vingt femmes accompagnées ou en cours d'accompagnement entrepreneurial interrogées, douze ont témoigné de leur expérience en matière d'ACAF et huit autres ont été sollicitées pour témoigner de leur expérience en matière d'accompagnement mixte. Cette diversité de profils répondait à l'objectif de mieux cerner les particularités des femmes qui se sont engagées dans un ACAF, relativement à d'autres qui se sont tournées vers un accompagnement mixte. Certaines femmes avaient par ailleurs eu l'occasion d'être accompagnées à la fois par Normandie Pionnières et par une ou plusieurs structures mixtes. Elles étaient donc en mesure de nous donner des éléments de comparaison et de nous aider dans l'identification des spécificités de l'ACAF. Les femmes ayant bénéficié d'un accompagnement entrepreneurial, au féminin ou mixte, ont été interrogées sur leurs motivations à se lancer dans la création d'entreprise, sur l'état d'avancement de leur projet, sur les raisons pour lesquelles elles avaient choisi de s'orienter vers un accompagnement au féminin ou mixte et sur les apports de cet accompagnement. Les accompagnateurs et accompagnatrices, quant à eux, ont été mobilisés pour répondre à des questions portant sur les différences observées, au niveau de l'accompagnement, entre hommes et femmes et sur les spécificités de l'accompagnement au féminin, relativement à celles d'un accompagnement non différencié selon le genre.

L'analyse de cette première série de données primaires a produit des résultats qui ont été discutés par la suite à l'occasion d'une table-ronde que nous avons organisée avec le soutien de cinq professionnels de l'accompagnement entrepreneurial. Les deux tableaux ci-dessous précisent les caractéristiques de nos entretiens semi-directifs.

3. Depuis 2007, année de sa création, cette structure a accueilli 500 femmes et en a accompagné 120, générant la création de 60 entreprises et de 110 emplois. A ce jour, 45 entreprises sont encore en activité.

TABLEAU 1 Une comparaison entre ACAF et accompagnement mixte		
Nature de l'accompagnement entrepreneurial	Nombre de personnes interrogées	Profil du répondant (accompagnateur-trice ou accompagnée)
ACAF : le cas de Normandie Pionnières	12	Accompagnées
	4	Accompagnatrices
Accompagnement mixte (CCI, Boutique de Gestion, incubateur, etc.)	8	Accompagnées
	6	Accompagnateurs/trices
Total	30	

TABLEAU 2 Une comparaison entre ACAF et accompagnement mixte						
Profil des répondants	Code cas	Dates	Sexe	Projet de création	Structure d'accompagnement	Durée des entretiens
Créatrices ayant suivi un ACAF au sein de la structure Normandie Pionnières	Cas 6	26/11/2012	Femme	diagnostic immobilier	Normandie Pionnières	46 Minutes
	Cas 7	27/11/2012	Femme	entreprise en développement durable	Normandie Pionnières	31 Minutes
	Cas 8	29/11/2012	Femme	entreprise de formation	Normandie Pionnières, Synergia, CCI	43 Minutes
	Cas 10	06/12/2012	Femme	entreprise d'objets décoratifs	Normandie Pionnières, CCI, Synergia	41 Minutes
	Cas 12	12/12/2012	Femme	entreprise de coaching psychologique	Normandie Pionnières, boutique de gestion	50 Minutes
	Cas 15	27/12/2012	Femme	entreprise coaching développement commercial	Normandie Pionnières	47 Minutes
	Cas 17	03/01/2013	Femme	entreprise en ressources humaines	Normandie Pionnières	19 Minutes
	Cas 18	04/01/2013	Femme	SARL de chasse immobilière	Normandie Pionnières	28 Minutes
	Cas 23	08/02/2013	Femme	entreprise spécialisée en éthologie et innovation pour le bien-être du cheval en box	Normandie Pionnières, EP2I	44 Minutes
	Cas 24	12/03/2013	Femme	entreprise de coaching en ressources humaines	Normandie Pionnières, CCI, coach personnel	24 Minutes
	Cas 27	15/03/2013	Femme	entreprise e-commerce jouets personnalisés	Normandie Pionnières, CCI, Synergia	22 Minutes
	Cas 28	20/03/2013	Femme	entreprise de graphisme	Normandie Pionnières	27 Minutes

TABLEAU 2
Une comparaison entre ACAF et accompagnement mixte

Profil des répondants	Code cas	Dates	Sexe	Projet de création	Structure d'accompagnement	Durée des entretiens
Créatrice ayant suivi un accompagnement non différencié	Cas 1	6/11/2012	Femme	entreprise de e-commerce de prêt à porter	Coach personnel	29 Minutes
	Cas 30	26/12/2013	Femme	entreprise de coaching beauté	EM Normandie, coach personnel	31 Minutes
	Cas 20	10/01/2013	Femme	entreprise innovation de valorisation des ressources marines	Normandie incubation	14 Minutes
	Cas 19	10/01/2013	Femme	entreprise innovation fabrication de compléments alimentaires	Synergia, CCI	16 Minutes
	Cas 21	18/01/2013	Femme	entreprise de communication	CCI, coach personnel	21 Minutes
	Cas 22	24/01/2013	Femme	entreprise de négoce d'emballages	CCI, coach personnel	22 Minutes
	Cas 31	23/04/2013	Femme	entreprise innovante technologie NFC + jeux	Synergia, Normandie Incubation	40 Minutes
	Cas 32	25/04/2013	Femme	Consultante innovation et créativité agroalimentaire	Synergia, CCI	33 Minutes
Experts en accompagnement et entrepreneuriat	Cas 1A	29/10/2012	Homme	Ancien Directeur de Pépinières, Co-fondateur Normandie Pionnières, Accompagnateur	Directeur Medgic group	28 Minutes
	Cas 3A	07/11/2012	Homme	Responsable Master 2 entrepreneur, Accompagnateur	EM Normandie	22 Minutes
	Cas 4A	22/11/2012	Homme	Chargé de mission création d'entreprises, accompagnateur	Synergia	42 Minutes
	Cas 8A	22/11/2012	Homme	Directeur pépinières, accompagnateur	Synergia	26 Minutes
	Cas 2A	26/11/2012	Femme	Suivi individuel Normandie Pionnières	Normandie Pionnières	46 Minutes
	Cas 9A	29/11/2012	Homme	Président, coach développement commercial, ancien accompagnateur Normandie Pionnières	Record Consultants, Normandie Pionnières	34 Minutes
	Cas 11A	06/12/2012	Homme	Directeur Normandie incubation, accompagnateur	Normandie Incubation	47 Minutes
	Cas 13A	13/12/2012	Femme	Coach en développement personnel - co fondatrice Normandie Pionnières - Animation GonoGo©	F-Formation, Normandie Pionnières	73 Minutes
	Cas 5A	22/12/2012	Femme	Chargée de mission création d'entreprises, accompagnatrice, Normandie Pionnières	Synergia, Normandie Pionnières	26 Minutes
	Cas 17A	04/01/2013	Femme	Déléguée Régionale Droits des Femmes et à l'égalité	Droits des femmes et à l'égalité	40 Minutes
Total	30 entretiens					16H50 d'entretiens

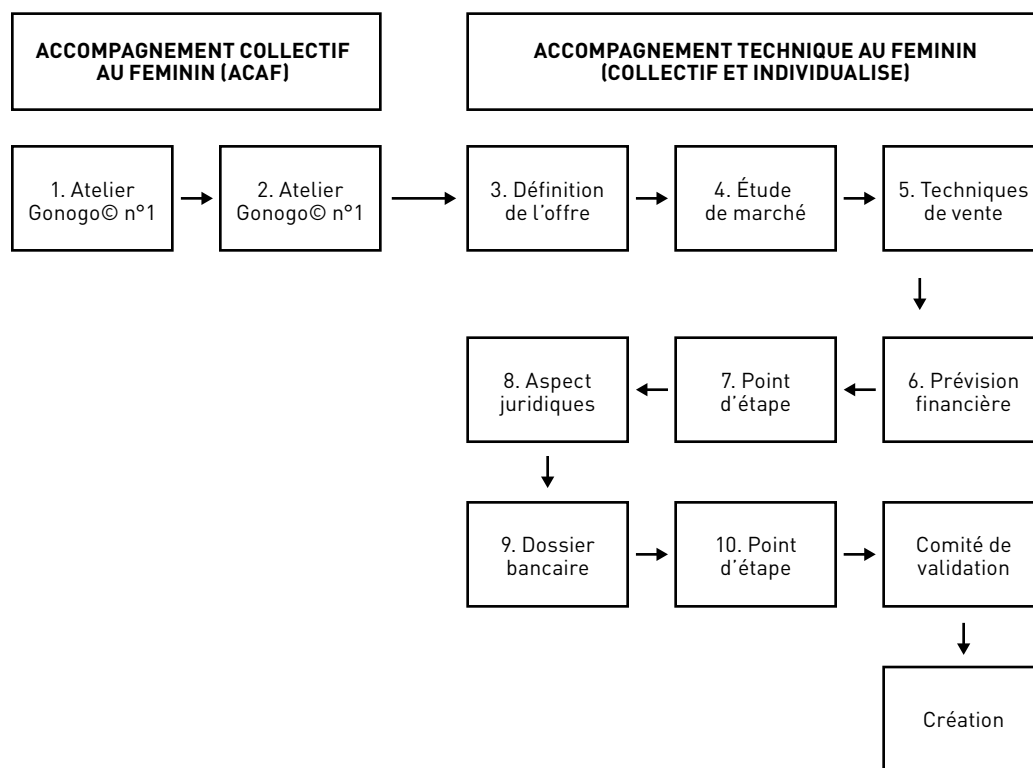
Observation participante et design expérimental : l'immersion dans un dispositif d'ACAF

L'observation participante « implique de la part du chercheur une immersion totale dans son terrain, pour tenter d'en saisir toutes les subtilités » (Soulé, 2007, p. 128). Ainsi, la participation à un dispositif d'ACAF nous a permis de « vivre la réalité des sujets observés et de pouvoir comprendre certains mécanismes difficilement décryptables » (p. 128). Il s'agissait notamment de mieux appréhender la dynamique interactionnelle générée par un dispositif d'ACAF. Cette observation participante peut être qualifiée de « clandestine » ou de « couverte » (Soulé, 2007) car seule l'animatrice avait été informée de nos objectifs de recherche. Celle-ci a souhaité que nous participions sans exposer ces objectifs, afin de ne pas perturber la dynamique de groupe recherchée. Des notes ont été prises tout le long de l'atelier. L'intérêt de cette méthode réside dans le fait que le chercheur ne dévoile pas ses intentions réelles et permet ainsi d'observer *in situ* les comportements du groupe et des individus. Selon De Sardan (2001), il s'agit de comprendre les processus sociaux dans leur contexte naturel sans générer de biais qui auraient pu s'installer si les objectifs du chercheur et son statut avaient été présentés.

Pour mettre en œuvre cette démarche d'observation participante, nous avons sollicité de nouveau l'association Normandie Pionnières, créée à l'origine par un homme : Pierre Gilles. Celui-ci

« trouvait que les femmes étaient insuffisamment accompagnées dans leur envie d'entreprendre »⁴, indique Florence Canler, consultante dans l'accompagnement des dirigeants et co-fondatrice de Normandie Pionnières. Florence Canler a développé le coaching « J'y vais/J'y vais pas » (Go/No Go : je crée/je renonce à créer) parce que « les femmes manquent de confiance en elles et sont insuffisamment armées pour aller chercher des financements. Et on tombe dans le syndrome du petit projet ». Normandie Pionnières propose un parcours d'accompagnement à la création d'entreprises qui revêt un caractère original grâce à l'utilisation d'un jeu coopératif : le GonoGo©. Ce dispositif est structuré autour de deux ateliers de trois heures (voir la figure 1 ci-dessous) qui se déroulent entre femmes et sont animés par une femme spécialisée en développement personnel. Les participantes sont toutes en phase *ante*-création de leur projet entrepreneurial (phase de réflexion sur l'idée de création). Pour ce qui nous concerne, nous avons participé à un atelier composé de quinze femmes potentiellement créatrices. Chacune de ces femmes se verra attribuer un code pour les extraits d'entretien figurant dans la présentation et l'analyse de nos résultats : « Cas GNG 1 », « Cas GNG 2 », etc. Le parcours d'accompagnement se poursuit par une phase de soutien technique composé des ateliers 3 à 9 qui permettent d'appuyer la future chef d'entreprise dans la réalisation de son étude de marché et la définition de son modèle économique. Au total, le dispositif d'accompagnement repose sur dix étapes réalisées en quatre mois

FIGURE 1
Méthodologie de l'accompagnement au féminin en 10 étapes chez Normandie Pionnières



4. Interview de Florence Canler, « Les femmes luttent pour trouver », Côté Caen, 6-12 mars 2013.

5. Source : www.taovillage.com/tao.asp?page=taovillage_infos

et complétées par des suivis individuels effectués par des coachs majoritairement féminins.

Le GonoGo® est un jeu coopératif inspiré de la philosophie du Tao. Il a été développé par les journalistes du magazine Actuel. C'est un jeu « qui permet de vivre avec les autres une aventure à l'intérieur de soi »⁵. L'objectif de ce jeu collectif est le mieux-être. Les joueurs forment alors une communauté dans une atmosphère conviviale où « respect d'autrui, écoute, échange, engagement sont autant de voies menant vers une nouvelle forme de relation d'aide, ludique mais concrète et surtout réciproque ». Le jeu est un échange collaboratif, participatif, qui permet à chaque joueur « d'éclairer l'autre et d'être éclairé par lui » et « de se reconnaître dans un nous collectif ». C'est Florence Canler qui s'est inspirée du jeu du Tao pour créer le jeu du GonoGo® et faciliter le passage à l'acte de création. Ce jeu conduit les futures créatrices à se questionner sur leurs forces, leurs faiblesses, leurs soutiens mais également leurs ressources. Introspection de la créatrice et de son projet, il s'agit de lever les doutes et de l'accompagner dans sa décision entrepreneuriale. La créatrice potentielle voyage dans plusieurs univers (forces, faiblesses, opportunités, menaces), à chaque étape tire une carte sur laquelle figure une question et y répond le temps d'un sablier. Les autres participantes interviennent ensuite pour donner leur ressenti. Ces ateliers collectifs donnent à la femme potentiellement créatrice l'occasion de parler en public de son projet entrepreneurial. A la fin du jeu, chaque participante doit répondre à la question suivante : « Est-ce que je crée mon activité ou pas ? ». Lorsqu'elle répond devant le collectif de façon positive à cette question, elle prend un engagement qui la fait avancer sur le chemin du passage à l'acte et dans sa prise de décision finale.

Notre collecte de données primaires a été finalisée par l'organisation de deux ateliers mixtes en mai et juin 2014, afin de mieux identifier les avantages distinctifs et les limites de l'ACAF. Ces ateliers ont consisté à tester le jeu du GonoGo® en groupe mixte, composé de trois hommes et de trois femmes. Ils ont été animés par Florence Canler, créatrice du jeu, habituellement utilisé en univers exclusivement féminin. Le recrutement des participants s'est effectué auprès d'organismes accompagnant à la création d'entreprise : Chambre de Commerce et d'Industrie de Caen, Business Innovation Center de Synergia, Pôle-emploi, etc. A l'issue des ateliers, les douze participants, hommes et femmes, ont été interrogés sur les apports de cette forme d'accompagnement collectif. L'organisation de ces ateliers mixtes nous a permis de procéder à des comparaisons entre les apports de l'ACAF et les ceux de l'accompagnement collectif non différencié, à partir de l'analyse des perceptions de tous les participants interrogés. Le rôle de la mixité dans l'accompagnement entrepreneurial en groupe restreint a pu, en conséquence, être appréhendé, autorisant ainsi une identification des avantages distinctifs et des limites de l'accompagnement au féminin. La mise en place d'un design expérimental permet une mise en œuvre en situation réelle (Wacheux, 1996), dans une logique de compréhension de la réalité (Thiétart *et al.*, 2014). Cependant, les études réalisées sous forme d'expérimentations révèlent la difficulté ou l'impossibilité de contrôler toutes les variables (Mbengue et Vandangeon-Derumez, 1999), le chercheur en sciences de gestion est donc plus souvent en situation de quasi-expérimentation (Campbell et Stanley, 1963). Par le passé, le design expérimental a notamment été utilisé pour tester l'influence des stéréotypes de genre en matière d'entrepreneuriat féminin (Gupta et Bhawe, 2007).

LE PROCESSUS DE CATEGORISATION DES DONNÉES EMPIRIQUES : UTILISATION D'UN CODAGE A VISEE THEORIQUE

Le processus de sélection, de centration, de simplification et de transformation des données brutes collectées (Miles, Huberman et Saldaña, 2013) repose, dans le cadre de notre recherche, sur un codage à visée théorique, particulièrement adapté à une démarche abductive. Ce type de codage permet en effet de « coupler [les approches inductive et déductive], afin de procéder de manière plus itérative. Il s'agit alors de favoriser des "allers et retours" entre les données recueillies et les interprétations successives du chercheur » (Point et Voynnet-Fourboul, 2006, p.64). Le codage à visée théorique permet l'élaboration de réponses provisoires, dans le cadre d'un essai de conceptualisation d'un phénomène relativement peu étudié, autrement dit dans un contexte de théorisation en progression (Mucchielli et Paillé, 2005). Le chercheur combine alors catégories prédéfinies, issues de sa revue de la littérature, et catégories émergentes, issues de la phase de collecte de données empiriques, pour transformer ses données primaires. Les codes sont des concepts qui confèrent aux données une signification (Hlady-Rispa et Jouison-Laffitte, 2015), facilitant ainsi l'étape de théorisation. Pour ce qui concerne notre recherche, l'unité de texte la plus souvent retenue est la phrase ou un groupe de phrases, afin de préserver au maximum le sens et la complexité des données (Point et Voynnet-Fourboul, 2006). Par ailleurs, l'utilisation du logiciel d'analyse qualitative NVivo (QSR NUD*IST version 6) a facilité le processus de catégorisation de nos données empiriques. Ce type de logiciel constitue en effet un support utile à l'étape de théorisation (Bournois, Point et Voynnet-Fourboul, 2002). Enfin, la construction de matrices inter-sites a facilité le processus final de condensation et d'analyse des données brutes collectées (Miles, Huberman et Saldaña, 2013) par l'identification de relations récurrentes explicatives entre concepts. La mise en évidence de causalités intersites permet en effet d'atteindre un niveau plus élevé de validité externe. Des extraits de matrices inter-sites seront présentés ci-après.

Notre dispositif de codage final a consisté à définir une catégorie centrale pour chaque sous-question de recherche et à identifier des liens de causalité avec des catégories secondaires. Le concept de « manque de confiance en soi » constitue la catégorie centrale permettant de transformer les données brutes collectées relatives à la sous-question des avantages distinctifs de l'ACAF dans la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise. En lien avec cette catégorie centrale, deux catégories secondaires ont émergé du terrain spécifique étudié (l'ACAF), grâce à l'identification d'occurrences inter-sites dans le processus de condensation des données, et ont été confrontées par la suite aux conclusions de la littérature académique : les « stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin » et le « sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale ». Le traitement de cette première sous-question de recherche est fondé principalement sur la recherche de similitudes, à travers une comparaison constante des données (Glaser, 1992). Pour répondre à la sous-question des limites de la différenciation selon le genre dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice, le concept de « mixité » correspond à notre deuxième catégorie centrale autour de laquelle gravitent les notions secondaires d'accompagnement psychologique, de partage d'expériences entrepreneuriales diverses et de développement de

réseaux d'affaires révélées par la phase de design expérimental. Le traitement de cette seconde sous-question de recherche a participé, quant à lui, de la recherche de contrastes dans les données qualitatives collectées (Strauss et Corbin, 1998), afin de procéder à une comparaison entre les apports de l'accompagnement collectif genré et les apports de l'accompagnement collectif mixte.

Présentation des résultats et discussion

Dans un premier temps, nous étudierons le rôle spécifique joué par l'ACAF dans la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise. Nous démontrerons que l'approche genrée, sur laquelle il repose, est particulièrement adaptée aux besoins de la femme sensible aux stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin et sur le rôle de l'homme et de la femme dans la sphère familiale. C'est l'accompagnement psychologique de ces dernières qui semble distinguer l'ACAF d'autres formes d'accompagnement entrepreneurial basées davantage, quant à elles, sur le développement de compétences techniques. Dans un second temps, nous appréhenderons les limites de l'ACAF en exposant les apports de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. Certaines femmes sont en effet à la recherche de complémentarités avec leurs homologues masculins, à la fois pour partager des expériences entrepreneuriales diverses et développer une activité de réseautage.

SUR LES APPORTS DE L'ACAF : UN ACCOMPAGNEMENT PSYCHOLOGIQUE POUR DES FEMMES SENSIBLES AUX STÉRÉOTYPES DE GENRE

Le manque de confiance dans ses capacités entrepreneuriales apparaît très nettement, dans notre recherche, comme un facteur

explicatif du recours à l'ACAF. Il résulte de deux causes principales : l'importance accordée par certaines femmes aux stéréotypes de genre en ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin et le rapport à la vie de famille, perçue comme difficilement conciliable avec un projet de création d'entreprise. Participer à un groupe exclusivement féminin, caractérisé par la bienveillance, l'empathie et l'absence de compétition, contribue à la levée de ces freins psychologiques.

Le manque de confiance en soi : principal facteur explicatif du recours à l'ACAF

Les accompagnateurs-trices soulignent la difficulté, chez certaines femmes, à passer à l'acte *i.e.* à prendre la décision de créer une entreprise. Elles semblent rester plus longtemps dans une période de perplexité, de doutes, alors que les hommes, lorsqu'ils sollicitent des structures d'accompagnement entrepreneurial, ont déjà pris leur décision. « *Chez nous [les hommes], c'est le GO tout de suite et d'ailleurs, ça me surprend toujours qu'on dise finalement « Je n'y vais plus. »* », nous a déclaré le Directeur d'une pépinière. Des spécificités propres aux femmes ont été avancées au cours de nos entretiens. Certaines créatrices manquent de confiance en elles et revendiquent le besoin d'échanger avec d'autres femmes afin d'être rassurées. Elles se mettent des barrières, s'empêchant ainsi de créer par timidité, par doutes ou par culpabilité vis-à-vis du conjoint et de la cellule familiale.

L'ACAF contribue à lever des freins psychologiques par la mise en place d'un cercle de confiance, au sein duquel les participantes vont exprimer leurs craintes et leurs doutes quant à leur projet entrepreneurial. Ce constat de l'influence de l'accompagnement au féminin dans l'augmentation de la confiance entrepreneuriale vient corroborer les enseignements des travaux menés notamment

ENCADRÉ 2

Le manque de confiance en soi comme principal facteur explicatif du recours à l'ACAF

- « Il y a peut-être une part de confiance supplémentaire à apporter aussi dans le projet féminin parce qu'il y a néanmoins les barrières psychologiques. » Cas 8A
- « Je fais vraiment partie des femmes qui pensaient ne pas être capables de créer. » Cas 8
- « Ce que je pense, c'est que la spécificité de l'accompagnement au féminin ça peut être de donner confiance aux femmes. » Cas 15
- « J'ai toujours peur en fait de pas être à la hauteur par rapport aux grandes boîtes, de pas proposer quelque chose... Ben c'est peut-être la peur de me lancer en fait... » Cas GNG 8
- « Je n'ai pas un caractère assez fort pour m'imposer, d'ailleurs je me laissais marcher dessus, même si je ne veux pas vraiment le reconnaître. » Cas 17
- « J'ai des tas d'idées, j'ai jamais pu les mettre en avant parce que j'ai toujours manqué de confiance en moi, j'ai jamais osé. » Cas GNG 5
- « J'ai des enfants qui ont grandi, une vient de partir, j'ai fait beaucoup pour eux, je me suis toujours mis en retrait et maintenant j'ai envie de me faire plaisir. Aujourd'hui j'ai de l'expérience, je travaille sur le projet depuis pratiquement un an donc le seul problème resterait la confiance en soi, surtout ça. » Cas GNG 3
- « Elles attendaient, les femmes qui étaient là, de poser la question « Est-ce que vous croyez en moi et en mon projet? », et moi aussi d'ailleurs, je crois que c'est surtout ça qu'on était venu chercher. » Cas 10
- « Le passage à l'acte est important parce que, et c'est là je pense qu'il y a peut-être un accompagnement spécifique, c'est de permettre aux femmes de gagner en confiance en elles-mêmes, essayer de gommer cette idée difficile d'estime de soi qui fait qu'elles ne passent pas à l'acte parce que « Je vais pas y arriver, je suis pas capable, j'ai mes enfants... ». » Cas 1A
- « Je pense que le profil des femmes qui vont chez Pionnières sont des femmes qui ont une fragilité, une femme cadre supérieure qui va se lancer, elle, va par forcément avoir besoin de ça... On est sur des femmes qui ont vraiment un doute à la base ou une fragilité. » Cas 5A
- « [...] Mais pour des femmes qui sont un peu hésitantes et qui manquent de confiance en elles, même si elles ont une idée géniale, ça peut être plus facile pour elles de se dévoiler, de prendre le risque d'oser dans un univers féminin au démarrage. » Cas 24
- « Moi, j'ai vu des femmes qui n'avaient pas confiance en elles : « Moi, je vais me lancer mais je suis une femme ! » [...] Quand un mec se lance, on lui dit rien ! Et du coup moi j'ai vu des femmes qui manquaient de confiance en elles, clairement. Moi je pense qu'elles venaient chercher du réconfort, qu'on les booste. » Cas 7

par Richomme-Huet et D'Andria (2013) et par Kirkwood (2009). La peur de l'échec reste marquée par des différences de genre. Cette observation est conforme aux propos de Shirokova et de Tsyganova (2010). La phase de doutes dans le processus entrepreneurial, évoquée par Valeau (2006), appelle, pour certaines femmes potentiellement créatrices, un accompagnement différencié selon le genre. L'encadré 2 illustre le manque de confiance en soi exprimé par certaines de nos répondantes.

Les antécédents du manque de confiance en soi des femmes ayant choisi l'ACAF

Le poids des stéréotypes de genre liés à l'entrepreneuriat féminin (crédibilité de la femme entrepreneur moindre que celle d'un homme, écoute masculine limitée, regard de l'homme dépréciateur, acte d'entreprendre nécessairement réservé aux hommes, etc.) accroît le manque de confiance en soi et incite certaines femmes à se diriger vers un accompagnement au féminin. Cette sensibilité de la femme aux stéréotypes de genre, mise en avant par des travaux antérieurs (Minniti et Naudé, 2010; Gupta, Turban, Wasti et Sikdar, 2009; Gupta et Bhawe, 2007), génère un besoin de se retrouver dans un environnement exclusivement féminin, perçu comme bienveillant, empathique et éloigné de tout jugement masculin dépréciateur. Ceci permet d'extérioriser la pression issue du poids accordé à ces stéréotypes et qui aboutissent au risque d'autocensure évoqué par Scharnitzky (2012). Notons par ailleurs le temps consacré par l'animatrice, lors des ateliers GonoGo®, à communiquer aux participantes des exemples de réussite de femmes entrepreneurs, renforçant ainsi le processus d'identification sociale⁶ et l'appropriation progressive de l'acte d'entreprendre. La valorisation de modèles féminins de réussite entrepreneuriale, sur laquelle ont particulièrement insisté Kirkwood (2009) et Cornet (2014), contribue à mettre à mal les stéréotypes sur l'entrepreneuriat assimilant ce dernier à une activité masculine.

Le manque de confiance en soi est également renforcé par les difficultés dues à la conciliation des problématiques familiales et entrepreneuriales. Ces difficultés ont été mises en lumière de multiples reprises dans la littérature académique (Richomme-Huet et D'Andria, 2013; Carrier, Julien et Menvielle, 2006; Fouquet, 2005; Laufer, 2003; Schindehutte, Morris et Brennan, 2003) et expliquées par l'influence de représentations sociales sur le rôle de l'homme et de la femme dans la sphère familiale. Le recours à l'ACAF s'explique, dans cette hypothèse, par la recherche d'une approbation externe quant à la décision d'entreprendre, notamment lorsque le soutien familial fait défaut. Cette situation peut constituer un obstacle au projet entrepreneurial, comme a pu le mettre en évidence Constantinidis, dans ses travaux de 2010. L'approbation externe, obtenue lors de l'ACAF, facilite alors la levée d'un sentiment de culpabilité vis-à-vis de ses proches et génère un soutien moral qui permet à la femme, encore hésitante, de passer à l'action.

Le tableau 3 ci-dessous synthétise, dans le cadre d'une matrice inter-sites, les antécédents du manque de confiance en soi des femmes interviewées ayant choisi l'ACAF.

Influence de la dynamique de groupe restreint dans l'ACAF

La dynamique de groupe restreint, générée par le jeu collaboratif au féminin, permet de lever des barrières psychologiques. Elle facilite la prise d'un engagement devant les pairs, au sens de Joule et Beauvois (2002; 1998). Chaque participante constate que sa situation n'est pas unique. La comparaison avec d'autres créatrices potentielles va lui permettre de gagner en confiance quant à la faisabilité de son projet entrepreneurial. Rassurée, avec une meilleure estime d'elle-même, elle est alors davantage prête à décider et à passer à l'acte. L'écoute attentive et l'esprit de bienveillance caractéristiques de l'ACAF favorisent ce processus. Echanger en groupe restreint optimise les bienfaits du collectif, *via* la possibilité d'une perception réciproque et d'une interaction effective directe avec chaque membre du groupe (De Visscher, 2013) :

- « Je pense que, quand même, la femme a besoin de parler, la femme a besoin d'être entendue et de communiquer ses angoisses. L'homme, c'est le contraire, l'homme va plutôt, en période d'angoisse, l'homme ne va pas communiquer de la même façon ses angoisses, il va plutôt se refermer comme une huître, et donc, si la femme sent qu'elle peut pas sortir ça, il y a un truc qui va coïncider. » Cas 8

- « Ce GonoGo®, le fait d'être écoutée et de formuler en disant « J'ai envie de faire ça ! », tout simplement parce qu'elles ne l'ont peut-être jamais formulé auprès de leur famille, et le fait de le formuler, on agit déjà, on est dans l'action. » Cas 10

- « Le GonoGo®, là, elles viennent en amont, elles discutent entre elles pour savoir si elles y vont ou pas, sans complexes, et peuvent dire finalement « Je me suis plantée ! ». » Cas 5A

- « Le GonoGo®, je pense que c'est vraiment les expériences des autres femmes qui apportent, enfin, moi, c'est vraiment ça, je trouve, qui rend les choses différentes d'une autre structure d'accompagnement. [...] La base du projet doit être entre femmes, on répond à plus de questions entre femmes. » Cas 27

SUR LES LIMITES DE L'ACAF : LE RÔLE DE LA MIXITÉ DANS L'ACCOMPAGNEMENT COLLECTIF DE LA FEMME POTENTIELLEMENT CRÉATRICE

Dans cette recherche, l'ACAF est apparu, pour certaines femmes créatrices, comme une phase importante du processus de décision entrepreneuriale, grâce à la levée de freins psychologiques. Toutefois, il est important de souligner que d'autres femmes rejettent ce type d'accompagnement et préfèrent recourir à un accompagnement mixte. Afin d'identifier, dans l'ACAF, les contributions respectives de l'approche genrée et de la dynamique de groupe à la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise, nous avons procédé à des expérimentations en contexte de mixité. Ces expérimentations nous ont permis de neutraliser pour partie l'impact du genre et d'entreprendre une comparaison entre les apports de l'ACAF et les apports d'ateliers mixtes en groupe restreint. A l'issue de ces expérimentations, chaque participant(e) a été interrogé(e) sur ses ressentis vis-à-vis de l'atelier mixte en groupe restreint. Il s'est avéré que l'accompagnement psychologique, recherché dans l'ACAF, pouvait également être

6. A ce temps particulier s'ajoutent des réunions mensuelles (un lundi par mois) du « Club Normand des Entreprises Pionnières » (ou CNEP) au cours desquelles des femmes chef d'entreprise ayant réussi sont invitées à présenter leur expérience entrepreneuriale.

TABLEAU 3
Matrice inter-sites dédiée aux antécédents du manque de confiance en soi
des femmes ayant choisi l'ACAF

Antécédents du manque de confiance en soi	Extraits d'entretien
Stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin	<ul style="list-style-type: none"> - « Je pense qu'on n'accompagne pas de la même façon les femmes et les hommes parce qu'il y a le poids de la société. [...] Quand on est une jeune femme déjà, on a moins de crédibilité qu'un homme, enfin les gens ont tendance à moins nous faire confiance. » Cas 28 - « On voit bien, une femme, même si aujourd'hui c'est mieux qu'avant, je trouve qu'elle est moins crédible et puis en plus un homme va pas forcément comprendre toutes les contraintes qu'une femme a dans sa vie. » Cas 27 - « Je pense sincèrement qu'il y a beaucoup de points communs entre les difficultés et le cheminement d'un créateur et d'une créatrice. Ceci étant, il y a quand même des différences psychologiques liées à la nature féminine et à la nature masculine... » Cas 8 - « L'accompagnement des femmes par des femmes, c'est ça que je trouve intéressant et pas par des hommes parce qu'on n'a pas la même manière... Je pense qu'il y a un côté émotionnel chez les femmes qui est une force mais qu'on ne peut pas forcément dévoiler dans l'accompagnement avec des hommes, et là, on peut. » Cas 15 - « [...] Mais je pense que les hommes ont plus de tabous par rapport à justement leur vie privée, et ils font toujours front par rapport à ce qu'ils endurent... Et, en fait, on est beaucoup plus franche et beaucoup plus honnête par rapport à ce qu'on traverse entre femmes, et le fait qu'on soit ensemble, ça nous permet d'en parler alors qu'il y a des choses qu'on ne dirait pas devant un homme. » Cas 23 - « Moi, je suis convaincue que c'est la liberté de parole et le fait qu'entre femmes on peut aborder des thèmes délicats sans être jugée. Dans un groupe uniquement féminin, on peut vraiment beaucoup plus se mettre à nu, c'est ce qu'elles pensent, je sais pas si c'est vrai ou pas, on peut parler de ses doutes sans juger : « Ah, celle-là, elle a des doutes, elle est pas prête... », c'est beaucoup ça qu'elles échangent, leurs doutes, leurs craintes, leurs peurs, leurs situations personnelles dans un cocon, et, une fois que tout ça a été mis sur la table et que les freins ont été levés, elles sont prêtes à sortir pour aller vers des structures plus mixtes. C'est vraiment pour moi, en amont, le besoin de faire part de ses doutes sans être jugée, bien que je pense que c'est un cliché, nous on ne va pas juger différemment mais voilà, c'est ce qu'elles ressentent. » Cas 5A - « On est formaté à ce que, d'une part, c'est les mecs qui créent, qui gèrent, qui gèrent le financier... [...] Donc, à un moment donné, si on ne se crée pas un peu une bulle protectrice de ça, nous, en tant que femmes, on serait capable de répéter ce façonnage masculin et s'exclure soi-même dans notre façon de faire en fait. » Cas 7 - « La base du projet doit être entre femmes, on répond à plus de questions entre femmes. [...] Quand on est une femme, les gens ont tendance à moins nous faire confiance. » Cas 27
Sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale	<ul style="list-style-type: none"> - « Du coup, j'avais déjà le moral dans les chaussettes et je pense que, ce qui essentiellement m'a fait apprécier Normandie Pionnières, c'est le soutien, je suis tombée dans un bon groupe, on était cinq ou six, on garde toujours contacts, etc., donc le fait de ne pas être jugé, parce que moi ça c'est pas super bien passé avec ma famille au départ, ils sont fonctionnaires, soit ils sont salariés, ils comprennent pas, ils savent pas du tout ce que c'est que l'entrepreneuriat, donc un jugement côté familial, pas tout le monde mais que je ressentais comme ça et donc du coup c'était quelque part rencontrer des gens qui avaient les mêmes problématiques que moi et donc pouvoir en parler sans tabous et ça c'est un soutien moral extraordinaire parce que c'est pas forcément évident. [...] Je ne dis pas du tout la même chose dans les clubs mixtes, on a tendance à se livrer entre femmes sur la vie de famille. » Cas 23 - « Les femmes ! Les femmes avec une écoute et une dimension supérieure à celle d'un homme... Parce que du vécu en tant que femme et mère. Oui, je pense que c'est vraiment ça, parce que c'est un interlocuteur qui avait un plus. Je pense qu'il y a un vrai vécu de femmes qui donne une dimension supérieure dans l'écoute et l'accompagnement. » Cas 10 - « Je trouve que pour moi c'est tout bénéf que d'être entourée par des femmes qui savent vraiment par quoi on passe, comment ça peut être compliqué de créer sa société quand on est une femme, quand on a un foyer, quand on a toutes ces contraintes autour... Et voilà, je trouve que c'est intéressant. » Cas 27 - « Elles ont bataillé sur la culpabilité avec leur famille : « Est-ce que j'ai droit de faire ça à mes enfants ? Est-ce que j'ai le droit de faire ça à mon mari ? ». Donc je pense qu'elles ont été chercher une connivence de filles qui osaient faire les mêmes choses qu'elles et de, comme ça, se décomplexer qu'une femme ou qu'une fille puisse faire des choses comme ça. » Cas 18 - « Je pense quand même que les femmes ont des considérations de conciliation équilibre professionnel-équilibre privé qu'elles voient comme un frein à la création et qu'il est important de lever, question que se posaient moins les hommes, je le dis à l'imparfait parce qu'aujourd'hui ça a tendance à bouger... Mais néanmoins, toutes les femmes qui créent ont toujours ce souci-là très présent et c'est en cela que ça nécessite un accompagnement spécifique. » Cas 5A - « Avoir des groupes de paroles entre femmes où on peut s'épancher sur : « Je me sens coupable vis-à-vis de mes enfants. ». » Cas 18

mis en œuvre dans le cadre d'ateliers collectifs mixtes et que certaines créatrices potentielles attachaient beaucoup d'importance à la mixité du groupe pour confronter des points de vue différents et se préparer à intégrer des réseaux masculins. Enfin, l'importance du collectif féminin semble s'amointrer dans les phases d'accompagnement plus technique liées aux différentes étapes de la construction du business plan.

Les apports de la mixité dans l'accompagnement psychologique en groupe restreint

Les ateliers mixtes en groupe restreint, basés également sur l'utilisation du jeu coopératif GonoGo®, peuvent aussi contribuer à la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise. Les hommes et les femmes interrogés à l'issue de ces ateliers insistent particulièrement sur leur caractère bienveillant, empathique et non compétitif. Ce contexte favorise la levée de doutes sur le projet entrepreneurial, l'évocation de préoccupations de l'ordre de l'intime et l'augmentation de la confiance en soi. Ces bienfaits sont ressentis à la fois par des femmes et par des hommes. Une créatrice potentielle a notamment mis en avant le rôle que peut avoir un environnement mixte dans l'accompagnement psychologique du créateur : *« Peut-être que le fait d'avoir été avec des femmes lui [en parlant d'un homme ayant participé à un atelier mixte] a permis de sortir des choses plus émotionnelles qu'il ne se serait pas permis s'il avait été qu'en face d'hommes. »* Atelier mixte, Créatrice 1.

La difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale concerne également certains créateurs. A titre d'illustration, une autre créatrice ayant participé à un atelier mixte nous a confié ses ressentis vis-à-vis d'un créateur confronté à cette difficulté : *« [Cet homme], moi je l'ai ressenti avec beaucoup de freins encore, notamment familiaux. »* Atelier mixte, Créatrice 6. Cette évolution de la répartition des rôles de l'homme et de la femme dans la sphère familiale a été constatée dans des travaux académiques antérieurs (Cornet, 2014; Scharnitzky, 2012). La recherche d'un équilibre entre les différents temps de vie semble constituer, pour certains auteurs (Fitzgerald et Winter, 2001), une préoccupation commune à l'homme et à la femme. L'accompagnement collectif sous forme de jeu permet de s'éloigner temporairement de la réalité quotidienne des créateurs et des créatrices pour mieux se centrer sur leur bien-être et rompre la solitude inhérente au lancement d'un projet entrepreneurial.

Les apports de la mixité dans le partage d'expériences entrepreneuriales diverses et le développement de réseaux d'affaires

Certaines femmes potentiellement créatrices sont à la recherche de contacts masculins, pour partager des expériences entrepreneuriales et intégrer de nouveaux réseaux. Cette mixité des rapports entre créateurs et créatrices constitue alors une source d'apprentissage individuel par la confrontation des points de vue et la diversité d'expériences. Cette constatation est en adéquation avec les conclusions tirées par Constantinidis en 2010, à propos des facteurs explicatifs de la participation des femmes entrepreneurs à des réseaux mixtes. La mixité permet aussi d'éviter les impacts négatifs d'un environnement exclusivement féminin tels que les effets de la « pensée de groupe », au sens de Janis (1972). Ces effets négatifs sont liés à la recherche d'un consensus pour préserver la

cohésion du groupe et éviter les sources de conflit potentiel, via un mécanisme d'autocensure des voix discordantes.

La présence d'une personnalité trop forte au sein du groupe féminin peut également venir contrarier l'esprit de bienveillance et de non compétition recherché. A titre d'illustration, une créatrice potentielle, ayant bénéficié d'un ACAF, cite le cas d'une participante s'étant au final comporté « comme un homme » : *« La vie est faite d'hommes et de femmes, je pense que le fait d'être homme ou femme, c'est pas important, c'est le caractère des personnes autour de la table, parce qu'il y avait X » [en parlant d'une femme], l'homme vraiment, elle peut avoir un effet effaçant pour une femme qui manque de confiance en elle. »* Cas GNG 20. Les créatrices potentielles, satisfaites des apports de la mixité de groupe, sont des femmes a priori beaucoup moins sensibles aux stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin que celles ayant choisi un accompagnement au féminin. Le tableau 4 ci-dessous synthétise, dans le cadre d'une matrice inter-sites, les apports de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice. Nous présenterons parallèlement des points de vue d'hommes qui reconnaissent également les bienfaits d'un accompagnement collectif mixte.

D'autres femmes interviewées ne ressentent pas de différences vis-à-vis des hommes et s'opposent à l'accompagnement au féminin. Elles expriment avec insistance une aversion et un rejet de ce type d'accompagnement. Elles refusent de s'isoler entre femmes. Elles ne souhaitent pas être jugées comme différentes et ne ressentent pas de besoin spécifique d'accompagnement. Ce type de réaction a été mis en avant par Constantinidis, dans ses travaux de 2010. L'objectif de ces femmes est de créer dans un contexte de mixité et de complémentarité avec les hommes :

- *« Je n'ai pas cette envie de m'isoler entre femmes, mais alors vraiment pas envie, c'est même une réticence profonde, je ne vois pas pourquoi... [...] Je pense que les femmes peuvent apporter beaucoup aux hommes et vice-versa dans le domaine entrepreneurial bien sûr. Si il y a des femmes qui se sentent inférieures parce qu'elles ont été éduquées dans cette idée, je ne juge pas, je ne vois pas pourquoi j'aurais besoin d'un accompagnement différent. »* Cas 19

- *« Je déteste qu'on puisse me dire « Ben voilà, c'est bien pour une femme. ». Je considère qu'il n'y a pas de raison que ce soit plus difficile pour une femme que pour un homme. [...] Peut-être que celles qui pourraient en avoir besoin [d'un accompagnement au féminin] sont celles qui ont le sentiment que, finalement, on a plus de besoins. Finalement, les femmes ont un regard un peu dépréciateur sur elles-mêmes, peut-être que c'est pour un public de femmes qui ont besoin d'avoir plus confiance en elles. »* Cas 20

- *« A partir du moment où tu as la motivation, qu'on soit homme ou femme... Donc rien ne justifie un accompagnement au féminin. »* Cas 21

Les apports de la mixité dans l'acquisition de compétences techniques

L'accompagnement revêt plusieurs phases. En ce qui concerne la phase ante-crédation (réflexion sur l'idée à l'origine du projet entrepreneurial), notre collecte de données primaires a révélé l'importance pour certaines femmes de recourir à l'ACAF afin de

TABLEAU 4 Matrice inter-sites dédiée aux apports de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice	
Apports de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice	Extraits d'entretien (points de vue de créatrices et de créateurs potentiels)
Accompagnement psychologique	<ul style="list-style-type: none"> - « On échange sur soi, sur ses défauts, sur ses envies, sur ses peurs et ça permet, en échangeant avec les autres, d'enlever des freins qui pourraient exister, qui ne sont pas toujours rationnels et, oui, en parlant, ça permet de lever des barrières et du coup d'être encore plus sûr de soi. [...] Si le créateur n'est pas prêt dans sa tête à créer, il a beau avoir la meilleure idée du monde, s'il n'est pas prêt, il n'y arrivera pas, donc ça permet de lui éviter un travail et sans doute un échec si, clairement, il n'a pas le profil d'entrepreneur, donc clairement, autant le faire le plus vite possible pour déjà lever des barrières s'il est prêt, et pour freiner si, dans sa tête, il n'est pas prêt. » Créateur 1 - « Je pense franchement que tout le monde a besoin, de temps en temps, de petits encouragements, globalement je l'ai trouvé [l'atelier] super encourageant moralement. » Créatrice 2 - « L'atelier permet de s'intéresser à tout ce qui est plus psychologique, personnel et, pour moi, je pense que c'est une partie importante parce que tu peux être super calé au niveau matériel et puis, dans ta tête, pas être prêt dans ta façon de penser, pas avoir le profil pour être chef... [...] C'est le fait de pouvoir dire certaines choses à voix haute... [...] Et puis avoir des retours qui étaient des retours au final qui ne jugeaient pas, c'est vraiment important, j'ai trouvé que les personnes autour de la table essayaient de comprendre, trouver des solutions quand il y avait un problème mais ils étaient pas dans le jugement, vraiment, ils étaient en écoute et en conseils, donc ça c'était vraiment important. [...] Le faire sous forme de jeu dédramatise un peu les enjeux et fait que, il y a des choses qu'on dit parce que c'est un jeu. » Créatrice 1 - « On était à peu près au même stade d'évolution, c'est-à-dire que, grosso modo, personne n'avait commencé mais tout le monde était dans sa construction de projet, tout le monde était dans ses obstacles, dans les solutions des obstacles à franchir, donc, du coup, ça permettait de voir que finalement on est tous à peu près dans les mêmes difficultés. » Créateur 3 - « Alors le premier ressenti, c'était d'un point de vue ambiance, convivial. Point de vue technique, pédagogique, j'ai trouvé très intéressant le jeu parce qu'il y avait aucune stratégie de gagner ou de perdre, mais plutôt d'échanger les informations entre les personnes qui étaient là pour l'atelier avec les mêmes interrogations, finalement, ça rassure. [...] Dans la solitude du projet, là, ça a permis d'exprimer ce que chacun a au fond de soi, là où il en était, ses interrogations, ses peurs, parce qu'à un moment donné, il y avait effectivement ces questions là. » Créatrice 5 - « C'est une vision de soi au travers des autres, c'est intéressant. J'entends bien la notion d'effet miroir, la vision de soi au travers des autres. Je pense que ça permet surtout de mettre en exergue les freins que l'on peut avoir en soi, moi, c'est surtout ça que j'ai pu sentir et des sujets qui paraissent peut-être anodins sont d'une grande importance. [...] Le fait de parler de soi fait du bien parce qu'on n'a pas souvent cette possibilité. [...] Je pense au fait de pouvoir parler de choses intimes, entre guillemets, c'est ça qui aide à comprendre mieux les choses. » Créateur 4
Partages d'expériences entrepreneuriales diverses et développement de réseaux d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> - « C'était très expression libre. [...] C'est quelque chose de sortir de nos petites têtes, de notre solitude et profiter des expériences des uns des autres, ils ont déjà vécu des choses, et ouvrir, aussi, notre réseau pour les autres. » Créatrice 2 - « Et puis le fait qu'il y ait une diversité autour de la table, avec des profils différents, faisait que, ben, ils [les participants] abordaient pas chaque problème avec le même angle, donc ça permet finalement de voir qu'il y a d'autres angles. » Créatrice 1 - « Quand il n'y a que des femmes, il y a des problématiques qui sont liées purement à la place de la femme par rapport à un projet de création et dans un environnement plutôt encore d'hommes. [...] Le fait d'avoir une question de femme « plus femme » et d'avoir une réponse de femme, je ne pense pas que ce soit la bonne solution. Après, il y a une façon de dire, t'inquiète pas, tout va bien se passer, et puis il y a la version homme qui peut, au contraire, apporter des éléments qui font que tu t'adapteras mieux dans un environnement d'hommes. » Créateur 2 - « Moi, j'ai beaucoup apprécié parce qu'en fait, on était déjà sur des projets différents, donc des visions et des créativité différentes. [...] Ce qui m'intéresserait justement dans cette démarche, c'est pouvoir se revoir peut-être dans 6 mois et puis d'échanger sur, pour ceux qui ont créé leur entreprise, d'échanger sur les difficultés rencontrées et de pouvoir peut-être s'échanger les bonnes pratiques. Voilà, parce que tout le monde n'est pas, on n'est pas créateur d'entreprise professionnel, chacun débute avec ses connaissances et ses faiblesses aussi, donc ça permet d'avoir peut-être au bout de 6 mois des bonnes pratiques ou alors des trucs et astuces, comme on dit, sur des choses à faire ou ne pas faire ou des choses qui nous font perdre du temps finalement. » Créateur 3 - « De toute façon, dans le monde du travail, c'est homme et femme. Les interrogations, on peut les avoir en tant qu'homme ou en tant que femme. Je pense qu'un atelier entre hommes, je pense qu'il y aurait beaucoup de testostérone pour savoir si c'est les meilleurs ou pas. Le fait que ce soit mixte, je pense que ça doit apaiser les relations, même dans le jeu, personne n'a essayé de sortir sa science, j'ai trouvé ça intéressant. » Créatrice 5

TABLEAU 4
Matrice inter-sites dédiée aux apports de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice

Apports de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice	Extraits d'entretien (points de vue de créatrices et de créateurs potentiels)
	<ul style="list-style-type: none"> - « <i>Moi j'aime beaucoup la compagnie des hommes, non mais c'est vrai. J'ai des groupes de copines, que des copines, on se fait des p'tits restos, des trucs comme ça, c'est très sympa entre copines, mais j'aime beaucoup la compagnie des hommes notamment au niveau business parce qu'ils ont une autre vision des choses, de rentre dedans, voilà, c'est un petit peu mon côté masculin. Donc voilà, au contraire, ça apporte beaucoup plus qu'entre nanas, faire un pas devant, un pas derrière, les mecs ils foncent beaucoup plus que nous et de ce fait là, ça motive plus! [...] Je trouve que les hommes ont une façon plus directe et peut-être plus saine de dire les choses.</i> », Créatrice 6 - « <i>Je pense que les hommes et les femmes ont des avis complètement différents, des regards différents, que même certains hommes peuvent être plus masculins ou féminins. Mais je pense que l'avantage, c'est d'apporter la rondeur, ça aide à nuancer certains propos, ça évite aussi d'être trop entre soi.</i> » Créateur 4 - « <i>Il y a des gens, y compris des hommes, qui ont des caractères féminins beaucoup plus développés, et des femmes qui ont des caractères masculins beaucoup plus développés, donc, à partir de ce moment là, c'est l'environnement et les expériences qui font que! [...] Ce côté mixité me paraît intéressant à partir du moment où les gens ont l'esprit suffisamment ouvert pour accepter un angle de vision différent du leur.</i> » Créateur 6

faciliter leur processus de décision et de progresser dans la mise en œuvre de leur projet entrepreneurial. Les stigmates issus des représentations sociales expliqueraient le recours à un accompagnement entre femmes, afin d'éviter le regard masculin qui, selon elles, juge et pourrait nuire à l'objectif du jeu coopératif. Cette phase d'accompagnement *ante*-création, à réaliser entre femmes par des femmes, permet aux créatrices de gagner en confiance et de passer à l'acte entrepreneurial. Par contre, les phases techniques de l'accompagnement (financières, administratives, commerciales et ressources humaines) peuvent être pratiquées en groupe mixte ou en individuel et ne semblent pas nécessiter de spécificités selon le genre. La phase technique constitue une phase importante dans le montage de la structure. Cependant, dans cette phase, l'intimité n'est pas mise à l'épreuve, il y a moins de risques de vulnérabilité. Les femmes qui ont suivi un accompagnement au féminin réclament même de la mixité à ce stade :

- « *La structure juridique avec des hommes, ça ne change rien.* » Cas 24

- « *Que ce soit juridique, marketing, on a besoin des mêmes choses. A part le GonoGo®, il n'y aurait pas de soucis pour que les ateliers soient mixtes.* » Cas 23

Conclusion

L'ACAF constitue une forme particulière d'accompagnement de la femme entrepreneur, procédant à la fois d'une approche genrée et d'une approche collective de l'accompagnement. Il participe d'une démarche co-construite, basée sur une logique d'interactions et d'influences sociales réciproques, et génère la mise en place d'un cercle de confiance. Il répond à un besoin d'approbation externe et de soutien moral et psychologique et apporte aux femmes potentiellement créatrices une aide à la décision, dans le cadre d'une bulle protectrice caractérisée par un environnement bienveillant, empathique et non compétitif. De façon générale, le principal apport théorique de

cette recherche réside dans l'exploration en profondeur d'une forme particulière d'accompagnement collectif de la femme potentiellement créatrice, basée sur la mise en place d'une approche différenciée selon le genre. Très peu de travaux académiques ont en effet été consacrés soit à l'accompagnement différencié selon le genre de la femme entrepreneur, soit à son accompagnement collectif en tant que dispositif de soutien psychologique à la création. Une recherche académique sur la pratique de l'ACAF enrichit les travaux antérieurs menés prioritairement sur l'accompagnement individualisé en binôme et plaide pour une multiplication des recherches dédiées à l'impact des interactions sociales en groupe restreint sur la prise de décision entrepreneuriale de la femme. Notre recherche invite à ériger davantage l'accompagnement entrepreneurial collectif comme objet de recherche. Pour ce qui nous concerne, notre valeur ajoutée théorique résulte d'une approche comparée entre apports du groupe exclusivement féminin et apports du groupe mixte dans l'accompagnement psychologique de la femme potentiellement créatrice.

Nos travaux s'inscrivent par ailleurs dans le cadre de la littérature dédiée aux enjeux de l'accompagnement différencié selon le genre dans la réduction du manque de confiance en soi de certaines créatrices potentielles (Richomme-Huet et D'Andria, 2013; Byrne et Fayolle, 2010; Constantinidis, 2010; Shirokova et Tsyganova, 2010; Kirkwood, 2009; Orser et Riding, 2006). Cette recherche encourage en conséquence une meilleure prise en considération des freins psychologiques de la femme entrepreneur dans le contenu des différents programmes d'accompagnement entrepreneurial. Elle conforte en ce sens les travaux menés par Valeau (2006) ou Pluchart (2012) consacrés à l'accompagnement psychologique de l'entrepreneur. Nos travaux appellent également à recourir à des méthodes de collecte de données qualitatives originales telles que l'expérimentation, afin de procéder à l'analyse de perceptions issues d'échantillons contrastés. L'identification précise des avantages distinctifs et des limites de l'ACAF permet

également de mieux éclairer le choix de la femme potentiellement créatrice en matière d'accompagnement en phase *ante*-création.

L'analyse approfondie du jeu du GonoGo®, utilisé par l'incubateur Normandie Pionnières au cours de la phase *ante*-création du processus entrepreneurial, nous a permis de tester les apports d'un accompagnement collectif genré dans la levée de freins psychologiques vis-à-vis de la création d'entreprise. Ce type d'accompagnement est apparu comme particulièrement adapté aux femmes manquant de confiance dans leurs capacités à entreprendre (proposition de recherche n°1). Ce manque de confiance résulte d'une sensibilité importante aux stéréotypes sur l'entrepreneuriat féminin (proposition de recherche n°2) et d'un sentiment de culpabilité lié à la difficulté à concilier projet entrepreneurial et vie familiale (proposition de recherche n°3). L'ACAF favorise la déconstruction de ces stéréotypes, grâce à la mise en place d'un soutien psychologique et émotionnel. Notre étude met également l'accent sur la nécessité de développer les actions pédagogiques dans le domaine des stéréotypes de genre, *via* la multiplication de formations *ad hoc*.

Afin d'isoler, dans l'ACAF, les effets du genre des effets de la dynamique de groupe restreint, nous nous sommes interrogés sur le rôle de la mixité dans l'accompagnement collectif de la femme entrepreneur. En effet, certains auteurs ont quelque peu remis en cause les vertus d'un accompagnement genré, au motif que ce dernier renforcerait davantage les stéréotypes qu'il ne les éliminerait, en raison notamment d'une pensée de groupe susceptible de s'installer dans un environnement exclusivement féminin. D'aucuns insistent sur l'importance de mettre en place des moments d'échanges entre hommes et femmes, afin de contribuer à la déconstruction des stéréotypes de genre. Par ailleurs, dans le cadre de nos observations empiriques, il est apparu que certaines femmes potentiellement créatrices recherchaient délibérément à établir des complémentarités avec leurs homologues masculins, pour confronter des points de vue, enrichir leur expérience entrepreneuriale et développer une activité de réseautage (proposition de recherche n°4).

Cet objectif de recherche de diversité semble également partagé par les créateurs ayant participé à des ateliers de GonoGo® mixte. Certains ont même reconnu les bienfaits psychologiques de ces ateliers grâce à l'esprit de bienveillance, d'empathie et de non compétition sur lequel ils reposent. Le besoin d'accompagnement psychologique et émotionnel semble transposable à certains créateurs. La promotion de compétences mixtes en matière d'entrepreneuriat ou d'un modèle androgyne, basé sur le besoin alternatif de compétences réputées traditionnellement comme masculines et de compétences réputées traditionnellement comme féminines, semble devoir être encouragée plus fortement dans les différents dispositifs d'accompagnement entrepreneurial. A cet égard, notre recherche permet d'enrichir et d'approfondir un ensemble de connaissances antérieures dédiées à la valorisation d'un modèle androgyne de l'entrepreneuriat (Mueller et Dato-On, 2008; Gupta et Bhawe, 2007).

S'agissant des limites de notre recherche, celles-ci sont liées principalement à celles de la méthodologie qualitative que nous avons utilisée, afin de mieux caractériser, dans le cadre d'une approche abductive, la contribution de l'ACAF à la levée de freins psychologiques de la femme entrepreneur. Cette approche exploratoire s'est imposée en raison de l'insuffisance de travaux

combinant à la fois approche genrée et approche collective de l'accompagnement entrepreneurial de la femme. Pour autant, forts de nos premiers résultats sur ses apports et ses limites, il nous paraît désormais essentiel de mettre en place une démarche quantitative, nous permettant de mesurer l'efficacité de ce dispositif en terme de renforcement de l'intention entrepreneuriale et de création effective d'entreprises, même si cette dernière procède nécessairement de la conjonction de multiples facteurs contextuels et liés à la personnalité de l'entrepreneur. Il s'agirait également d'améliorer la validité externe de nos résultats eu égard à la nécessité d'enrichir notre démarche abductive. En effet, cette démarche consiste à tirer de l'observation des conjectures qu'il convient ensuite de tester et de discuter (Koenig, 1993). Dans le cadre de notre recherche, nous nous sommes limités à tester l'effectivité de l'ACAF, à partir de l'analyse de perceptions de femmes ayant bénéficié de ce dispositif particulier. L'analyse de son efficacité, liée à la pérennité des entreprises accompagnées, et de son efficacité, mesurée par la facilité et la rapidité d'accès aux ressources apportées aux créatrices, constituent les prochaines étapes de notre programme de recherche. Enfin, des études centrées sur l'âge ou l'expérience professionnelle de la femme permettraient d'entrer dans le détail de l'impact des caractéristiques personnelles de chaque participante sur l'efficacité d'un accompagnement en groupe féminin.

Bibliographie

- ANZIEU, Didier; MARTIN, Jean-Yves (2013). *La dynamique des groupes restreints*, Paris, Presse Universitaire de France, 397 p.
- BAKKALI, Chaffik; MESSEGHEM, Karim; SAMMUT, Sylvie (2010). « Les structures d'accompagnement à la création d'entreprise à l'heure de la gestion des compétences », *Management et Avenir*, N° 39, p. 149-162.
- BALES, Robert F. (1999). *Social interaction systems : Theory and measurement*, New Brunswick, NJ : Transaction, 396 p.
- BEL, Geneviève (2009). *L'entrepreneuriat au féminin*, Communication du Conseil Economique Social et Environnemental pour la Délégation aux Droits des Femmes et à l'Égalité, 116 p.
- BEM, Sandra L. (1974). « The measurement of psychological androgyny », *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol. 42, N° 2, p. 155-162.
- BENGTSSON, Claes; PERSSON, Mats; WILLENHAG, Peter (2005). « Gender and Overconfidence », *Economic Letters*, Vol. 86, N° 2, p. 199-203.
- BIRLEY, Sue; MOSS, Caroline; SAUNDERS, Peter (1987). « Do women entrepreneurs require different training? », *American Journal of Small Business*, Vol. 12, N° 1, p. 27-35.
- BLISSON, Debra; RANA, Baljit K. (2001). « The role of entrepreneurial networks : The influence of gender and ethnicity in british SME's », *46th ICSB World conference on SME's in a traditional and new-mixed era, 17-20 juin, Taipei*, p. 1-28.
- BÖNTE, Werner; PIEGELER, Monika (2013). « Gender gap in latent and nascent entrepreneurship : Driven by competitiveness », *Small Business Economics*, Vol. 41, N° 4, p. 961-987.
- BOURNOIS, Franck; POINT, Sébastien; VOYNNET-FOURBOUL, Catherine (2002). « L'analyse des données qualitatives assistée par ordinateur : Une évaluation », *Revue Française de Gestion*, N° 137, p. 71-84.

- BRUNA, Maria G.; CHAUVET, Mathieu (2014). « Des femmes et des réseaux : Mentoring et réseaux affinitaires au service de l'égalité », *Regards Croisés sur l'Economie*, Vol. 15, N° 2, p. 166-182.
- BYRNE, Janice; FAYOLLE, Alain (2010). « A feminist inquiry into entrepreneurship training », dans D. SMALLBONE (sous la direction de), *The Theory and Practice of Entrepreneurship : Frontiers in European*, p. 76-100.
- CAMPBELL Donald.T.; STANLEY, Julian C. (1963). *Experimental and quasi-experimental designs for research*, Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 84 p.
- CARRIER, Camille; JULIEN, Pierre-André; MENVIELLE, William (2006). « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : Une synthèse des études des 25 dernières années », *Gestion*, Vol. 31, N° 2, p. 36-50.
- CHABAUD, Didier; MESSEGHEM, Karim; SAMMUT, Sylvie (2010). « L'accompagnement entrepreneurial ou l'émergence d'un nouveau champ de recherche », *Gestion 2000*, Vol.27, N° 3, p. 14-25.
- CHARREIRE, Sandra; DURIEUX, Florence (1999). « Explorer et tester », dans R.-A. THIÉTART *et al.* (sous la direction de), *Méthodes de recherche en management*, Dunod, 3^{ème} édition, p. 57-80.
- CHARREIRE, Sandra; DURIEUX, Florence (2014). « Explorer et tester : Les deux voies de la recherche », dans R.-A. THIÉTART *et al.* (sous la direction de), *Méthodes de recherche en management*, Dunod, 4^{ème} édition, p. 76-104.
- CORNET, Annie (2014). « L'approche intégrée du genre dans l'élaboration des politiques socio-économiques », *Regards Croisés sur l'Economie*, Vol. 2, N° 15, p. 52-68.
- CORNET, Annie; CONSTANTINIDIS, Christina (2004). « Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », *Revue Française de Gestion*, N° 151, p. 191-204.
- CONSTANTINIDIS, Christina (2010). « Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures », *Revue Française de Gestion*, N° 202, p. 127-143.
- CONSTANTINIDIS, Christina; CORNET, Annie; ASANDEI, Simona (2006). « Financing of women-owned ventures : The impact of gender and other owner-and firm-related variable », *Venture Capital : An International Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol. 8, N° 2, p. 133-157.
- D'ANDRIA, Aude (2014). « Un éclairage sur le processus entrepreneurial des mampreneurs. Étude exploratoire de leur dynamique effective », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 13, N° 1, p. 11-33.
- DAVIS, Amy E.; SHAVER, Kelly G. (2012). « Understanding gendered variations in business growth intentions across the life course », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36, Issue 3, p. 495-512.
- DESERT, Michel (2004). « Les effets de la menace du stéréotype et du statut minoritaire dans un groupe », *Ville Ecole Intégration Diversité*, N° 138, p. 31-37.
- DE SARDAN, Jean-Pierre O. (2001). « L'enquête de terrain socio-anthropologique », *Enquête*, N° 8, p. 63-81.
- DE VISSCHER, Pierre (2013). « Petit groupe ou groupe restreint ? Réduire ou décanter ? Un construct lewinien de la dynamique des groupes », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, N° 97, p. 1-97.
- DOKOU, Gérard A. (2001). « Accompagnement entrepreneurial et construction des facteurs clés de succès », *10^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, 13-14-15 juin, Université Laval (Québec)*, p. 1-22.
- DOKOU, Gérard; GASSE, Yvon; ABIASSI, Amen; CAMION, Cathy (2004). « Influences des pratiques d'accompagnement et de recherche d'information sur la stratégie des entrepreneurs de PME : L'exemple de la région Nord-Pas-De-calais », *Université de Laval, Document de travail*, N°1, p. 1-23.
- DUBOIS, Anna; GADDE, Lars-Erik (2002). « Systematic combining : An abductive approach to case research », *Journal of Business Research*, Vol. 55, N° 7, p. 553-560.
- DUMÉZ, Hervé (2012). « Qu'est-ce que l'abduction, et en quoi peut-elle avoir un rapport avec la recherche qualitative ? », *Le Libellio d'Aegis*, Vol. 8, N° 3, p. 3-9.
- EISENHARDT, Kathleen M. (1989). « Building theories from case study research », *Academy of Management Review*, Vol. 14, N° 4, p. 532-550.
- FABBRI, Julie; CHARUE-DUBOC, Florence (2013). « Un modèle d'accompagnement entrepreneurial fondé sur des apprentissages au sein d'un collectif d'entrepreneurs : Le cas de la Ruche », *Management International*, Vol. 17, N° 3, p. 86-99.
- FAYOLLE, Alain; SCHMIDT, Ulrich (2014). « La coopération chercheurs-entrepreneurs : Mission impossible ? », *Entreprendre & Innover*, Vol. 2-3, N° 21-22, p. 123-136.
- FITZGERALD, Margaret A.; WINTER, Mary (2001). « The intrusiveness of home-based work on family life », *Journal of Family and Economic Issues*, Vol. 22, Issue 1, p. 75-92.
- FOUQUET, Annie (2005). « Les femmes chefs d'entreprise : Le cas français », *Travail, genre et sociétés*, N° 13, p. 31-50.
- GASSE, Yvon; TREMBLAY, Maripier (2007). « Mesures et pratiques de soutien d'accompagnement d'entrepreneurs : L'exemple d'une région canadienne », *5^{ème} Congrès international de l'Académie de l'Entrepreneuriat*, p. 1-24.
- GILLET, Isabelle; GILIBERT, Daniel; GIRANDOLA, Fabien (2013). « L'évocation de la liberté améliore-t-elle l'efficacité d'une formation ? », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Vol. 2, N° 38, p. 147-171.
- GLASER, Barney G. (1992). *Basics of Grounded Theory analysis : Emergence Vs forcing*, Sociology Press, 128 p.
- GNEEZY, Uri; NIEDERLE, Muriel; RUSTICHINI, Aldo (2003). « Performance in competitive environments : Gender differences », *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 118, N° 3, p. 1049-1074.
- GRILO, Isabel; IRIGOYEN, Jesus M. (2006). « Entrepreneurship in the EU : To wish and not to be », *Small Business Economics*, Vol. 26, N° 4, p. 305-318.
- GUPTA, Vishal K.; BHAWE, Nachiket M. (2007). « The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions », *Journal of Leadership and Organizational Studies*, Vol. 13, N° 4, p. 73-85.
- GUPTA, Vishal K.; TURBAN, Daniel B.; WASTI, Arzu S.; SIKDAR, Arijit (2009). « The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, Issue 2, p. 397-417.

- GUPTA, Nabanita D.; POULSEN, Anders; VILLEVAL, Marie-Claire (2013). « Gender matching and competitiveness : Experimental evidence », *Economic Inquiry*, Vol. 51, Issue 1, p. 816-835.
- HLADY-RISPAL, Martine (2002). *La méthode des cas : Application à la recherche en gestion*, De Boeck Supérieur, 256 p.
- HLADY-RISPAL, Martine; JOUISON-LAFFITTE, Estèle (2015). « La contribution des méthodes qualitatives au développement du champ de l'entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 14, N° 1, p. 15-40.
- HLADY-RISPAL, Martine; JOUISON-LAFFITTE, Estèle (2014). « Qualitative research methods and epistemological frameworks : A review of publication trends in entrepreneurship », *Journal of Small Business Management*, Vol. 52, N° 4, p. 594-614.
- JANIS, Irving L. (1972). *Victims of groupthink*, Boston : Houghton Mifflin, 277 p.
- JENNINGS, Jennifer E.; BRUSH, Candida G. (2013). « Research on women entrepreneurs : Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? », *The Academy of Management Annals*, Vol. 7, N° 1, p. 661-713.
- JOULE, Robert-Vincent; BEAUVOIS, Jean-Léon (1998). *La soumission librement consentie*, Paris, Presses Universitaires de France, 118 p.
- JOULE, Robert-Vincent; BEAUVOIS Jean-Léon (2002). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 286 p.
- KIRKWOOD, Jodyanne (2009). « Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs? », *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1, Issue 2, p. 118-133.
- KOELLINGER, Philipp; MINNITI, Maria; SCHADE, Christian (2007). « « I think I can, I think I can » : Overconfidence and entrepreneurial behavior », *Journal of Economic Psychology*, Vol. 28, Issue 4, p. 502-527.
- KOENIG, Gérard (1993). « Production de la connaissance et constitution de pratiques organisationnelles », *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, Vol. 9, novembre, p. 4-17.
- LANGOWITZ, Nan S.; MINNITI, Maria (2007). « The entrepreneurial propensity of women », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31, Issue 3, p. 341-364.
- LAUFER, Jacqueline (2003). « Entre égalité et inégalités : Les droits des femmes dans la sphère professionnelle », *L'Année sociologique*, Vol. 53, N° 1, p. 143-173.
- LEBEGUE, Tiphaine (2011). *Le processus entrepreneurial des femmes en France*, Thèse de doctorat en gestion soutenue le 27 janvier, Université Bretagne Ouest.
- LEE, Myung S.; ROGOFF, Edward G. (1997). « Do women entrepreneurs require special training? An empirical comparison of men and women entrepreneurs in The United States », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 14, N° 1, p. 4-29.
- LÉGER-JARNIOU, Catherine (2008). « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes : Théorie(s) et pratique(s) », *Revue Française de Gestion*, Vol. 5, N° 185, p. 161-174.
- LEWIN, Kurt (1947). « Décisions de groupe et changement social », traduit de l'anglais, dans A. LEVY et S. DELOUVE (sous la direction de), *Psychologie sociale, Textes fondamentaux anglais et américains*, Paris, Dunod, p. 329-350.
- MAALAOUI, Adnane; BOUCHARD, Gilles; SAFRAOU, Imen (2014). « Les seniorpreneurs : Motivations, profils, accompagnement », *Entreprendre & Innover*, Vol. 1, N° 20, p. 50-61.
- MARLOW, Susan; MCADAM, Maura (2012). « Analyzing the influence of gender upon high-technology venturing within the context of business incubation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36, N° 4, p. 655-676.
- MBENGUE, Ababacar; VANDANGEON-DERUMEZ, Isabelle (1999). « Positions épistémologiques et outils de recherche en management stratégique », 8^{ème} Conférence de l'AIMS, Ecole Centrale de Paris, 26-28 Mai.
- MESSEGHEM, Karim; SAMMUT, Sylvie; CHABAUD, Didier; CARRIER, Camille; THURIK, Roy (2013). « L'accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance? », *Management International*, Vol. 17, N° 3, p. 65-71.
- MESSEGHEM, Karim; SAMMUT, Sylvie; THOREUX, Marie; SWALHI, Abdelaziz; BAKKALI, Chaffik (2014). *Panorama des structures d'accompagnement en termes de management et de performance*, Livre blanc sur les structures d'accompagnement à la création d'entreprises en France, LABEX Entreprendre Université de Montpellier, 166 p.
- MILES, Matthew B.; HUBERMAN, Michael A.; SALDAÑA, Johnny (2013). *Qualitative data analysis : A methods sourcebook*, Sage Publications, Incorporated, 408 p.
- MINNITI, Maria; NAUDÉ, Wim A. (2010). « What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? », *European Journal of Development Research*, Vol. 22, N° 3, p. 277-293.
- MINNITI, Maria (2010). « Female entrepreneurship and economic activity », *European Journal of Development Research*, Vol. 22, N° 3, p. 294-312.
- MIONE, Anne (2006). « L'évaluation par l'accompagnant de la performance d'une structure d'aide à la création d'entreprise », *Management International*, Vol. 11, N° 1, p. 31-43.
- MUELLER, Stephen L.; DATO-ON, Mary C. (2008). « Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 13, N° 1, p.3-20.
- NAGESH, P.; MURTHY, Narasimha M. (2008). « The effectiveness of women entrepreneurship training program : A case study », *The Icfai University Journal of Entrepreneurship Development*, Vol. 5, N° 3, p. 24-40.
- NIKINA, Anna; LE LOARNE, Séverine; SHELTON, Lois M. (2012). « Le rôle de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 11, N° 4, p. 37-60.
- ORSER, Barbara J.; RIDING Allan L. (2006). « Gender-based small business programming : The case of the women's enterprise initiative », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 19, N° 2, p. 143-167.
- PAILLÉ, Pierre; MUCCHIELLI, Alex (2005). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Collin, 424 p.
- PATUREL, Robert (2000). « Externalisation et entrepreneuriat », dans T. VERSTRAETE (sous la direction de), *Histoire d'entreprendre*, EMS, p. 173-186.
- PATUREL, Robert; MASMOUDI, Raef (2005). « Les structures d'appui à la création d'entreprise : Contribution en vue de l'évaluation de leurs performances », 4^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, p. 2-20.
- PLUCHART, Jean-Jacques (2012). « L'accompagnement entrepreneurial : Quels biais psychologiques? », *Revue internationale*

- de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Vol. 18, N° 45, p. 217-238.
- POINT, Sébastien; VOYNNET-FOURBOUL, Catherine (2006). « Le codage à visée théorique », *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 21, N° 4, p. 61-78.
- RICHOMME-HUET, Katia; D'ANDRIA, Aude (2013). « L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs », *Management International*, Vol. 17, N° 3, p. 101-111.
- SAMMUT, Sylvie (2003). « L'accompagnement de la jeune entreprise », *Revue Française de Gestion*, N° 144, p. 153-164.
- SCHARNITZKY, Patrick (2012). *Les stéréotypes sur le genre : Comprendre et agir dans l'entreprise*, Rapport d'étude, IMS Entreprendre pour la cité, 58 p.
- SCHINDEHUTTE, Minet; MORRIS, Michael; BRENNAN, Catriona (2003). « Entrepreneurs and motherhood : Impacts on their children in South Africa and The United States », *Journal of Small Business Management*, Vol. 41, Issue 1, p. 94-107.
- SEKAQUAPTEWA, Denise; THOMPSON, Mischa (2003). « Solo status, stereotypes and performance expectancies : Their effects on women's performance », *Journal of Experimental Social Psychology*, N° 39, p. 68-74.
- SIEGEL, Dominique (2006). « Quelles stratégies pour améliorer l'accompagnement du créateur d'entreprise? », *La Revue des Sciences de Gestion*, Direction et Gestion, N° 219, p. 35-44.
- SHIROKOVA, Galina; TSYGANOVA, Tatiana (2010). « Gender differences in entrepreneurship : Evidence from GEM data », *Organizations Markets in Emerging Economies*, Issue 1, p. 120-141.
- SHNEOR, Rotem; JENSSEN, Jan I. (2014). « Gender and entrepreneurial intentions », dans L. KELLEY (sous la direction de), *Entrepreneurial Women : New Management and Leadership Models*, Santa Barbara, CA : Praeger Publishing, p. 15-67.
- SOULE, Bastien (2007). « Observation participante ou participation observante? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », *Recherches Qualitatives*, Vol. 27, N° 1, p. 127-140.
- SPENCER, Steven J.; STEELE, Claude M.; QUINN, Diane M. (1999). « Stereotype threat and women's math performance », *Journal of Experimental Social Psychology*, N° 35, p. 4-28.
- STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet (1998). *Basics of qualitative research : Procedures and techniques for developing Grounded Theory*, Thousand Oaks, CA : Sage, 400 p.
- THIETART, Raymond-Alain; ALLARD-POESI, Florence; ANGOT, Jacques *et al.* (2014). *Méthodes de recherche en management*, 4^{ème} édition, Collection Management Sup, Dunod, 656 p.
- TORNIKOSKI, Erno T.; KAUTONEN, Teemu; LE LOARNE, Séverine (2012). « Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale », *Revue Française de Gestion*, N° 227, p. 95-109.
- VALEAU, Patrick (2006). « L'accompagnement du créateur durant les périodes de doute », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 5, N° 1, p. 3-13.
- VERZAT, Caroline; GAUJARD, Crystelle; FRANÇOIS, Valérie (2010). « Accompagner des futurs entrepreneurs en fonction de leurs besoins à chaque âge de vie », *Gestion 2000*, Vol.7, N° 3, p. 59-74.
- WACHEUX, Frédéric (1996). *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*, Economica, 290 p.
- YIN, Robert K. (2013). *Case study research : Design and methods*, 5th edition, Sage, 312 p.
- ZHAO, Hao; SEIBERT, Scott E.; HILLS, Gerald E. (2005). « The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions », *Journal of Applied Psychology*, Vol.90, N° 6, p. 1265-1272.

Webographie

Action'elles : www.actionelles.com

Agence Pour la Création d'Entreprises (APCE) : www.apce.fr

BPI France : www.bpifrance-lelab.fr

CNIDFF : www.infofemmes.com

Commission Européenne, programme de mentorat : http://ec.europa.eu/entreprise/policies/sme/promotingentrepreneurship/women/national_contacts_en.htm

Entreprendre au féminin : www.entreprendre-au-feminin.net

Fédération Pionnières : www.federationpionnieres.org

Force Femmes : www.forcefemmes.com

Girls in Tech Paris : www.gitparis.com/

IRFED-Europe : www.irfed-europe.org

Le réseau Racine : www.base?d-p-h.info/fr/fiches/premierdph/fiche-premierdph-1042.htm

Tao Village : www.taovillage.com/tao.asp?page=taovillage_infos