



# Regards croisés sur les pratiques d'accompagnement entrepreneurial

*Mardi 10 juillet 2018*

*Institut Montpellier Management*

**« Je ne rentre jamais dans les cases ».**

**Les pratiques d'accompagnement entrepreneurial :  
regards et vécus des femmes entrepreneures**

**Eliane Bacha, Dr**

SKEMA Business School

[eliane.bacha@skema.edu](mailto:eliane.bacha@skema.edu)

**Stephanie Chasserio, PhD**

SKEMA Business School

[stephanie.chasserio@skema.edu](mailto:stephanie.chasserio@skema.edu)

**Typhaine Lebègue, Dr**

EM Normandie, Laboratoire Métais

[tlebegue@em-normandie.fr](mailto:tlebegue@em-normandie.fr)

**Philippe Pailot, Dr**

SKEMA Business School

IAE de Lille (USTL) – LEM (UMR CNRS 8179)

[p.pailot@univ-lille1.fr](mailto:p.pailot@univ-lille1.fr) ou [philippe.pailot@skema.edu](mailto:philippe.pailot@skema.edu)

**Corinne Poroli, Dr**

SKEMA Business School

[corinne.poroli@skema.edu](mailto:corinne.poroli@skema.edu)

Contact : [corinne.poroli@skema.edu](mailto:corinne.poroli@skema.edu)

**« Je ne rentre jamais dans les cases ».**

## **Les pratiques d'accompagnement entrepreneurial : regards et vécus des femmes entrepreneures**

### *Intérêt du sujet et problématique*

Le développement de l'entrepreneuriat des femmes fait désormais clairement partie des ambitions des institutions publiques tant européennes, françaises que régionales (European Economic and Social Committee, 2012 ; European Network to Promote Women's Entrepreneurship, 2012 ; Ministère des Droits des Femmes, 2013).

L'accompagnement entrepreneurial fait l'objet d'une vaste littérature dans le champ de l'entrepreneuriat en raison de son impact économique manifeste sur la survie et le développement des entreprises (impact sur la rentabilité, la pérennité, etc.). Des acteurs multiples opèrent dans ce domaine (structures privées, publiques, associatives, indépendantes, etc.) selon des logiques et des modalités d'action elles-mêmes assez hétérogènes (réseau de soutien, structures d'accompagnement, etc.).

Concernant les femmes entrepreneures, la question de l'accompagnement reste largement ouverte. L'une des problématiques majeures se rapporte à l'opportunité et la légitimité de proposer une lecture sexuée (distinction homme/femme) et genrée (construction sociale et culturelle du masculin et du féminin) de l'accompagnement entrepreneurial. Les femmes entrepreneures pourraient-elles retirer un bénéfice quelconque de dispositifs et structures qui leur seraient spécifiquement dédiés ? Ou alors, cette spécificité ne pourrait-elle pas, au contraire, contribuer à une reproduction des stéréotypes de genre ?

### *Cadre conceptuel*

La littérature académique fait apparaître des propositions divergentes sur la nécessité de mettre en place des dispositifs d'accompagnement spécifiquement dédiés aux femmes entrepreneures. En fait, ce questionnement n'est pas sans lien avec la représentation sociale de la figure de l'entrepreneur. Pour les uns, l'entrepreneur apparaît comme un être générique et a-sexué. Il n'est donc pas nécessaire d'étudier spécifiquement l'entrepreneuriat des femmes en raison de la similitude des caractéristiques sexuées dans l'exercice de leur rôle. Dans cette perspective, l'entrepreneuriat est analysé comme un phénomène économique où le principe masculin est érigé en mesure de toute chose (intention, performance, etc.) en présupposant une neutralité de la définition de l'entrepreneuriat. A l'inverse de cette position, d'autres auteurs (Ahl, 2006 ; Brush, de Bruin et Welter, 2009 ; Malmstrom, Johansson et Wincent, 2017 ; Richomme-Huet et D'Andria, 2013) pointent l'existence de différences marquées entre les activités entrepreneuriales des deux sexes. Celles-ci paraissent profondément influencées par des catégories normées du genre et de la construction de la différence sexuée. Les normes qui gouvernent le genre influent, par exemple, sur la conception de la réussite entrepreneuriale, l'intention entrepreneuriale, l'identification des opportunités d'affaires, le financement des entreprises ou encore les motivations entrepreneuriales. Dans cette perspective, la conception genrée masculine qui prévaut nourrit également les représentations de la définition même du

« bon » entrepreneur. Or, cette représentation sociale ne correspond pas nécessairement à la perception et au vécu des femmes.

Dans cette communication, il s'agira bien d'aller explorer à partir du discours de femmes entrepreneures, engagées dans différentes étapes du processus entrepreneurial, leurs perceptions et leurs expériences de l'accompagnement entrepreneurial. A quelles représentations de l'entrepreneur se sont-elles confrontées dans les processus d'accompagnement et en quoi cela a-t-il influé sur leur expérience entrepreneuriale ?

### *Methodologie*

Pour répondre à cet objectif, nous nous appuyons sur des données collectées lors d'une importante étude qualitative menée dans deux régions françaises : les Hauts de France et le Centre-Val de Loire. Au total, 56 femmes entrepreneures et 31 représentants d'organismes d'accompagnement ont été interviewés. Les entretiens ont tous été menés par les membres de l'équipe de recherche. Ils ont duré au minimum une heure pouvant parfois aller à plus de deux heures. Tous ont ensuite été intégralement retranscrits. Le matériel empirique offre donc un contenu extrêmement riche.

La recherche initiale portait sur les conditions d'accompagnement des femmes tout au long du processus entrepreneurial avec la volonté d'obtenir des regards croisés des femmes accompagnées et des accompagnants. Pour la présente communication, nous nous concentrerons uniquement sur les femmes entrepreneures. Ces femmes, âgées de 27 à 61 ans et majoritairement en couple et diplômées d'un Bac + 4 et plus, ont créé dans des secteurs d'activité diversifiés.

L'analyse des données repose sur une logique abductive (Richardson, Kramer, 2006 ; Reichmetz, 2010). Ainsi, la théorisation émerge progressivement par un processus graduel d'abstraction fondé sur une itération permanente entre les produits de l'analyse et les données empiriques (Glaser, Strauss, 1967 ; Paillé, 1994 ; Guillemette, 2006 ; Corbin, Strauss, 2008 ; Charmaz, 2014).

### *Résultats*

A travers nos différents résultats, nous nous attacherons à analyser comment les femmes entrepreneures ont perçu leurs relations avec les organismes d'accompagnement.

#### ***Que viennent-elles y chercher ?***

Pour certaines entrepreneures, les organismes d'accompagnement sont une source de compétences techniques (pour réaliser leur business plan, pour choisir le statut juridique adéquat de leur entreprise).

Pour d'autres créatrices, les organismes d'accompagnement sont une source de soutien émotionnel au cours du projet.

Même si la plupart des entrepreneures rencontrées reconnaissant l'importance des organismes d'accompagnement, nombre d'entre elles déplorent que cet accompagnement se limite, la plupart du temps, à la période initiale de la vie de l'entreprise (au plus les trois premières

années). Or, les entrepreneures dont l'entreprise a plus de trois ans d'existence rencontrent de réelles difficultés dans le développement de cette dernière.

### ***Quand les femmes entrepreneures se passent de l'accompagnement***

Certaines de nos entrepreneures, avec un niveau de formation plutôt élevé et une carrière de cadre en entreprise derrière elles, ne mobilisent pas les structures d'accompagnement car elles estiment ne pas en avoir besoin. Elles s'appuient sur les compétences acquises et les réseaux développés durant leur parcours professionnel antérieur.

Concernant les pratiques d'accompagnement spécifiquement dédiées aux femmes, les réponses des créatrices sont très contrastées. Pour un certain nombre d'entre elles, les réseaux d'accompagnement spécifiques aux femmes n'apparaissent pas toujours comme une solution d'accompagnement souhaitée et certaines estiment que les dispositifs uniquement dédiés aux femmes peuvent même nuire au développement de leurs compétences entrepreneuriales.

### ***Le recours aux réseaux informels***

Il ressort des entretiens que nombre d'entrepreneures se constituent également un réseau informel de soutien et d'aide. Elles vont identifier plusieurs personnes (un ami comptable, une sœur/un frère entrepreneur, des parents, un ami entrepreneur) sur lesquelles elles vont s'appuyer.

### ***Apports et implications***

Cette recherche contribue au champ de la littérature sur l'accompagnement des femmes entrepreneures et à celui de l'écosystème entrepreneurial.

D'un point de vue managérial, une meilleure compréhension des besoins des femmes entrepreneures permet de proposer de nouvelles pistes de réflexions et d'actions (outils, compétences à développer) à destination des organismes d'accompagnement.

Cette recherche ouvre donc de nouvelles perspectives pour favoriser un écosystème entrepreneurial durable.

AHL H. (2006), « Why research on women entrepreneurs needs new directions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, n°5, p. 595-621.

ARLOTTO J., SAHUT J.-M., TEULON F., 2012, « Comment les entrepreneurs perçoivent les structures d'accompagnement ? », *Gestion 2000*, vol. 29, n° 6, nov.-déc., p. 31-43.

BRUSH C. G., De BRUIN A., WELTER F. (2009), « A gender-aware framework for women's entrepreneurship », *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 1, n°1, p. 8-24.

FABBRI J., CHARUE-DUBOC F., 2013, « Un modèle d'accompagnement entrepreneurial fondé sur les apprentissages au sein d'un collectif d'entrepreneurs : le cas de La Ruche », *Management International*, vol. 17, n°3, p. 86-99.

GUPTA V.K., TURBAN D.B., WASTI S.A., SIKDAR A., 2009, “The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur, Activation on Entrepreneurial Intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, n°2, p. 397-417.

LEGER-JARNIOU C., 2008, « Accompagnement des créateurs d’entreprise : Regard critique et propositions », *Marché et organisations*, vol. 1, n°6, p. 73-97.

MALMSTROM M., JOHANSSON J., WINCENT J., 2017, “Gender Stereotypes and Venture Support Decisions: How Governmental Venture Capitalist Socially Construct Entrepreneurs’ Potential”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 41, n°5, p. 833-860.

MESSEGHEM K., CARRIER C., SAMMUT S., THURIK R., CHABAUD D., 2013, « L’accompagnement entrepreneurial, une industrie en quête de leviers de performance ? », *Management International*, vol. 27, n°3, p. 66-71.

OGBOR, J.O. (2000), “Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies”, *Journal of Management Studies*, Vol. 37 No. 5, pp. 605–635.

PARDO-DEL-VAL M., 2010, « Services supporting female entrepreneurs », *Services Industries Journal*, vol. 30, n°9, p. 1479-1498.

PETTERSSON K., 2012, “Support for women's entrepreneurship: A Nordic spectrum”, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 4, n°1, p. 4-19.

PLUCHART J.-J., 2013, « Les performances des réseaux d’accompagnement entrepreneurial », *Vie & Sciences de l’entreprise*, vol. 1, n°193, p. 93-103.

RICHOMME-HUET K., D’ANDRIA A., 2013, « L’accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs », *Management International*, vol. 17, n°3, p. 100-111.

SAMMUT S. (2003), « L’accompagnement de la jeune entreprise », *Revue Française de Gestion*, n° 144, p. 153-164.