

Quand la volonté d'indépendance et les valeurs sociales et environnementales des femmes entrepreneures freinent leurs demandes de financement externe : Éclairages par la théorie de l'autodétermination

Pauline Gibard

Université Jean Moulin Lyon 3, iaelyon School of Management, Laboratoire de Recherche Magellan, 6 Cr Albert Thomas, 69008 Lyon (France) pauline.gibard@univ-lyon3.fr

Marie-Christine Chalus Sauvannet

Université Jean Moulin Lyon 3, iaelyon School of Management, Laboratoire de Recherche Magellan, 6 Cr Albert Thomas, 69008 Lyon (France) mc.chalus-sauvannet@univ-lyon3.fr

Pénélope Codello

HEC Montréal, École de gestion, 3000, chemin de la Côte-Sainte-Catherine, Montréal (Québec) penelope.codello@hec.ca

Mots-clés : *Entrepreneuriat Féminin, Motivations entrepreneuriales, Valeurs, Financement entrepreneurial, Théorie de l'autodétermination, Recherche qualitative*

Résumé : À ce jour, bien que la littérature nous aide à comprendre les impacts des motivations sur l'intention d'entreprendre, peu de recherches s'intéressent à ses conséquences, post-intention, sur les activités des entrepreneurs, notamment celle liée au financement entrepreneurial. Notre recherche s'intéresse dans un premier temps aux motivations associées aux FE dans la littérature, à savoir leur volonté d'indépendance et d'autonomie, et dans un second temps, l'encrage de leurs projets dans des valeurs sociales et environnementales, sur leurs choix de financement. Nous nous intéressons aux influences de ces facteurs sur les volontés de demander un financement externe, notamment via l'obtention d'un prêt bancaire et de l'ouverture de leur capital, ou de préférer l'autofinancement et la love money. Par une recherche qualitative réalisée via 40 entretiens semi-directifs auprès de femmes entrepreneures, nos résultats permettent d'explicitier les impacts des motivations et des valeurs des FE sur leurs choix de financement, en dépassant les dichotomies push/pulls et intrinsèque/extrinsèque par la mobilisation de la théorie de l'autodétermination. Ainsi, bien que la volonté d'indépendance et les valeurs sociales et environnementales sont défini comme des facteurs impactant positivement l'intention entrepreneuriales des femmes, par la suite, dans leurs activités, ils peuvent freiner leurs demandes de financement. Les FE peuvent craindre de perdre leur autonomie par l'intégration d'un financeur dans leur projet, et ne pas trouver de valeurs communes avec les instances de financement.

Remerciements : Recherche engagée dans le cadre du projet de recherche Pack Ambition International, financé et soutenu par la région Auvergne Rhône Alpes portant sur l'étude des femmes business angels et de femmes entrepreneures ainsi que leurs caractéristiques et impacts économique, social et sociétal sur le territoire, via une comparaison internationale à Lyon, Montréal et Turin.

1. Introduction

Depuis quelques années, les recherches sur l'entrepreneuriat se sont attelées à l'investir comme un espace au sein duquel le genre n'est pas neutre (Tedmanson, Verduyn, Essers, Gartner, 2012). Les motivations entrepreneuriales des femmes entrepreneures (FE) sont à ce jour un sujet majeur, définies comme un facteur important dans la compréhension de leurs comportements (Solesvik et al., 2019). Les FE seraient guidées par la recherche d'un épanouissement personnel et d'un désir de flexibilité concernant leur vie professionnelle et personnelle (Mattis, 2004 ; MCGowan et al., 2012) et verraient dans l'entrepreneuriat une source d'émancipation (Rindova et al., 2009 ; Kirkwood et Campbell-Hunt, 2007) ainsi qu'une force créatrice de changement (Hughes et al., 2012). En France, elles semblent particulièrement attirées par un désir d'indépendance (BPI France, 2016) ainsi que le sentiment de liberté et d'autonomie que procure l'entrepreneuriat (Cromie, 1987 ; DeMartino et Barbato, 2003). Elles seraient également plus intéressées par le fait réaliser une activité conforme à leurs valeurs (BPI, 2021) que par l'augmentation de leurs revenus, alors que ceci est la motivation première chez les entrepreneurs. Elles sont ainsi nombreuses à porter des projets à dimension sociale et « *priorisent davantage des objectifs de valorisation sociale plutôt que de création de valeur économique, comparativement aux hommes* » (Hechavarría et al., 2016 dans Boring, 2016, p. 133). Pour autant, alors que la question du revenu ne constitue pas une motivation importante pour elles, elle est la principale difficulté qu'elles rencontrent dans leurs activités (BPI, 2021), et serait moins susceptible de recourir à des fonds externes (Guzman et Kacperczyk 2019), y compris au crédit (Cole et Mehran 2018), et ce que ce soit au démarrage de leurs activités comme dans les différentes phases de vie de l'entreprise (Orser, Riding et Manley 2006).

Notre recherche porte sur un champ récemment exploré par la littérature au sujet des femmes, celui de l'entrepreneuriat social (Estrin et al., 2014 ; Humbert & Roomi, 2018 ; Nandal et al., 2020 ; Notais & Tixier, 2018 ; Polas & Afshar Jahanshahi, 2021). Bien qu'il n'existe pas de définition universelle de l'entrepreneuriat social, leur principale caractéristique est leur souhait de combiner la génération de revenus avec la réalisation d'une mission sociale (Mair et Marti 2006 ; Bacq et Janssen 2011). À l'inverse des entrepreneurs commerciaux qui créent des organisations à but lucratif, les entrepreneurs sociaux tentent d'articuler une amélioration du système social (Barendsen & Gardner, 2004 ; Nawaser, Khaksar, Shaksian, & Jahanshahi, 2011) en mettant en œuvre des solutions uniques aux problèmes sociaux et environnementaux qu'ils perçoivent (Asma et al., 2019 ; Jahanshahi et al., 2017 ; Ulhøi, 2005). Ainsi, bien que la

réussite entrepreneuriale soit généralement mesurée par la quantité d'argent gagnée par l'entrepreneur et la performance financière de l'entreprise (Wach, Stephan et Gorgievski 2016 ; Wach et al. 2018), les entrepreneurs sociaux aspirent à une génération de valeur sociale (Dacin et al., 2010 ; Peredo et McLean, 2006 ; Zahra et al., 2009). Pour autant, comme le rappelle Draperi (2011, p. 21) « *l'entrepreneuriat social est un mouvement de pensée inscrit dans le capitalisme* » et se confrontent ainsi aux règles du marché traditionnel (Notais & Tixier, 2018). Considéré comme le nerf de la guerre, l'accès à des sources de financement est crucial (Kwapisz & Hechavarría, 2018) pour tous les entrepreneurs, mais plus particulièrement pour les FE, qui seraient victimes de l'existence d'un « *deuxième plafond de verre* » (Latrous, 2021). Les comportements des FE vis-à-vis du financement ne seraient pas nécessairement liés à leurs besoins de financement ni aux perspectives de croissance de leurs projets, mais plutôt à un ensemble d'attitudes personnelles, de perception des compétences et de stéréotypes de genre (Aernoudt et De San José, 2020). Par ce travail, nous nous intéressons aux demandes de financement des FE défini comme les représentations et comportements des entrepreneurs vis-à-vis du financement (Constantinidis, Cornet et Asandei ; 2006).

Notre recherche a pour but de comprendre l'influence des motivations entrepreneuriales sur les comportements des FE (Solesvik et al., 2019) au sujet de leurs choix de financement, à savoir leurs volontés de demander un financement externe, notamment via l'obtention d'un prêt bancaire et de l'ouverture de leur capital, ou de préférer l'autofinancement et la love money. Nous nous intéressons aux motivations associées aux FE dans la littérature, à savoir dans un premier temps leur volonté d'indépendance (BPI France, 2016) et d'autonomie (Hughes et al., 2012), et dans un second temps, l'influence du caractère social ou environnemental qu'elles donnent à leurs projets (Notais & Tixier, 2018 ; Polas & Afshar Jahanshahi, 2021). Nous souhaitons comprendre en quoi ces facteurs influencent les choix de financement des FE, notre question de recherche est la suivante : **En quoi les motivations entrepreneuriales des FE liés à leur volonté d'indépendance, ainsi que le caractère social des projets qu'elles portent peuvent-ils influencer leurs choix de financement ?**

Pour y répondre, nous mobilisons la théorie de l'autodétermination (TAD) (Deci et Ryan, 2000) pour aller plus loin dans l'étude de la motivation, permettant de prédire les conséquences des comportements des individus (Vallerand et Blanchard, 1998). Cette théorie propose une conception de la motivation axée sur la dialectique entre l'environnement et la personne dans sa quête de satisfaction de besoins psychologiques (Deci et Ryan, 2000). Elle permet ainsi de prendre en compte le caractère autonome et contrôlé des motivations,

intégrant la question des valeurs (Holland et Shepherd 2013), qui peuvent guider les comportements humains (Schwartz 1992). Elle définit également plusieurs typologies de régulation en lien avec les différents encrages de motivations (Gillet et Vallerandb, 2014).

2. Revue de littérature et encrage théorique

2.1. Un besoin d'indépendance et d'autonomie qui pousse les femmes à entreprendre

Le besoin d'indépendance est un facteur psychologique et motivationnel majeur dans la décision d'entreprendre d'une personne (Nsahlai, Zogli, Lawa, & Dlamini, 2020). La majorité des individus soulignent leur désir de pouvoir prendre leurs propres décisions sans contrôle supérieur et souhaite pouvoir concevoir leur travail par eux-mêmes (Giacomin, Janssen, Guyot, & Lohest, 2011). Shane et al. (2003) estiment que l'indépendance¹ « *implique de prendre la responsabilité d'utiliser son propre jugement plutôt que de suivre aveuglément les affirmations des autres* » (p. 268). Dans un contexte entrepreneurial, on définit cela comme le fait d'être son propre patron, de gérer et de prendre des décisions sans interférence extérieure (Croson & Minniti, 2012), ce qui influence positivement la volonté d'entreprendre (Douglas & Fitzsimmons 2005 ; Kuratko, Morris & Covin 2011). Les personnes qui manifestent un grand besoin d'indépendance sont vouées à rechercher des carrières avec plus de liberté, là où l'entrepreneuriat est connu comme un choix de carrière pertinent (Lee et Wong, 2004, Wilson et al., 2004 ; Walter et Block, 2016).

Ce besoin d'indépendance et d'autonomie fait sens pour les femmes entrepreneures. Les FE créent des entreprises pour un large éventail de raisons (Akehurst et al., 2012) mais sont nombreuses à définir la volonté d'être leur propre cheffe comme leur motivation principale (d'Andria & Gabarret, 2016). À ce jour, les motivations ont été étudiées concernant leurs impacts sur les intentions des individus à entreprendre (Alam et al., 2019 ; Bellanca & Colot, 2014 ; Gagné & Deci, 2005), pour comprendre ce qui différencie les personnes qui entreprennent des autres (Duval-Couetil et al., 2014 ; Polas & Afshar Jahanshahi, 2021). Pour autant, bien que ces études suggèrent que les motivations influencent les comportements des entrepreneurs, elles n'ont pas permis de préciser des impacts spécifiques sur les activités entrepreneuriales des individus. De plus, l'étude des motivations, notamment celle des FE, manque de recherches d'ordre empiriques (Humbert et Roomi, 2018), et sont à jour

¹ Dans la littérature existante, le besoin d'indépendance est également désigné comme le besoin d'autonomie (Venter et al. 2015).

majoritairement d'ordre quantitatif, mobilisant des modèles liés aux théories du comportement planifié (Ajzen, 1991), adapté à l'étude des intentions entrepreneuriales, mais ne permettant pas de s'intéresser aux impacts post intention entrepreneuriale. Notre recherche empirique qualitative répond ainsi à un enjeu de compréhension de l'influence de ces motivations sur d'autres phases du processus entrepreneurial, associé au financement entrepreneurial, à forts enjeux sur la pérennité (Llados-Masllorens & Ruiz-Dotras, 2021) et le succès des entrepreneurs, particulièrement pour les FE.

2.2. Des projets entrepreneuriaux ancrés dans des valeurs sociales et environnementales

La littérature s'est intéressée aux facteurs psychologiques qui prédisent les motivations des individus à entreprendre, et a défini les valeurs comme à fort impact (Kaiser, Wölfling et Fuhrer, 1999 ; Stern, 2000). Elles sont définies comme des objectifs d'ordre supérieur, faisant partie intégrante du concept de soi d'une personne et qui guide ses choix et ses comportements (Schwartz, 1992) en influençant la façon dont ils perçoivent les situations et finissent par agir (Holland et Shepherd 2013). Les recherches établissent un lien entre les valeurs personnelles (Schwartz, 1992), et les aspirations entrepreneuriales, notamment quand elles sont liées à des enjeux sociaux (Ghalwash et al., 2017 ; Zahra et al., 2009) et environnementaux (Rahman et Reynolds, 2019 ; Chou, 2014 ; De Roeck et al., 2014). En ce sens, une place de plus en plus importante a été donnée à l'étude de l'entrepreneuriat social (Nicholls 2008 ; Nga et Shamuganathan 2010 ; Kraus et al. 2014 ; Sepulveda, 2015). Les entrepreneurs sociaux souhaitent combiner la génération de revenus avec la réalisation d'une mission sociale (Mair et Marti 2006 ; Bacq et Janssen 2011), et cherchent à répondre à des besoins sociaux plutôt qu'à des besoins financiers personnels (Shaw et de Bruin, 2013). Ainsi, tandis que les entrepreneurs commerciaux ont une grande motivation pour la compensation financière et les rendements économiques (Knight, 1921 ; Schumpeter, 1934), les entrepreneurs sociaux sont prêts à accepter des revenus plus faibles si cela contribue à la création de valeur sociale (Austin, Stevenson, et Wei-Skillern 2006).

L'entrepreneuriat social est également considéré comme plus favorable aux femmes (Humbert, 2012) en témoigne leur plus grande représentation à tous les niveaux (Lyon et Humbert, 2012 ; Teasdale et al., 2011). En effet, au-delà de la représentation traditionnelle des entrepreneurs associés à des traits associés à la masculinité (Ahl, 2006) que les femmes sont réputées ne pas avoir (Ahl et Marlow, 2012 ; Marlow et McAdam, 2013), l'entrepreneuriat social offre des représentations plus variées des entrepreneurs. À ce jour, bien que les recherches identifient les motivations entrepreneuriales comme centrale pour comprendre la

performance des entreprises sociales (Ghalwash et al., 2017 ; Zahra et al., 2009), trop peu d'analyses empiriques se sont emparées de cette question (Humbert et Roomi, 2018). Par notre recherche, nous souhaitons mieux comprendre la place des valeurs dans le cadre des motivations entrepreneuriales des FE, et leurs impacts sur leurs choix de financement. Notre objectif est de comprendre en quoi des objectifs d'ordre social ou économique (Cardon et al., 2009 ; Miller et al., 2012 ; Welpé et al., 2012 ; Yitshaki et Kropp, 2016) peuvent impacter leurs choix de façon différents, notamment leurs choix de demande de financement externe.

2.3. Les choix de financement des FE ancrés dans leurs valeurs et motivations : Éclairage par la théorie de l'auto-détermination

Les recherches concernant les motivations entrepreneuriales des FE ont établi une différenciation « *push/pull* » (Mallon et Cohen, 2001 ; Orhan et Scott, 2001) définissant les déplacements négatifs (motivations « *pushes* »), comme la nécessité économique, et la forte inégalité entre les sexes (Eversole, 2004 ; Gray et Finley-Hervey, 2005 ; Terjesen et Amorós, 2010 ; Holmén et al., 2011), et les déplacements positifs (motivations « *pulls* ») comme des opportunités d'affaires et de créer/acquérir leur propre entreprise (Abousaid, Angade, 2020 ; Hisrich et Brush, 1984 ; Orhan et Scott, 2001). En complément, la conceptualisation des motivations « *intrinsèques/extrinsèques* » (Léger-Jarniou, 2013) a permis une distinction entre motivations extrinsèques provoquées par une circonstance extérieure à l'individu et l'obtention de l'approbation d'une personne tierce (Ryan et Deci, 2000) et intrinsèque, inhérente à la personne et lui est propre (Mari et al., 2016). À ce jour, de nombreux chercheurs appellent à aller au-delà de ces approches qui présentent une dichotomie simplifiée des motivations entrepreneuriales² (Gabarret & Vedel, 2015 ; Ben Makhlof & Aknine Souidi, 2019). En effet, ces approches ne permettent pas de comprendre les motivations d'ordre non économique (Gabarret & Vedel, 2015) impactant pourtant les FE (Mcgowan et al., 2012 ; Stephan et al., 2015 ; Cardella et al., 2020). De plus, face aux nouvelles formes d'entrepreneuriat (A. Tounes et A. Fayolle, 2006), et à la quête de sens (E.-M. Hernandez, 2006b) que recherchent de plus en plus d'entrepreneurs, ces approches négligent la place des valeurs pourtant définies comme à forts impacts sur les comportements des individus (Holland et Shepherd 2013), difficilement appréhendable via des modèles.

Face à ces enjeux, nous mobilisons la Théorie de l'Autodétermination (TAD) (Deci et Ryan, 2000), pour permettre d'aller plus loin dans la compréhension des motivations

² A titre d'exemple, le désir d'être son propre patron, est en fonction des recherches, classée parmi les facteurs « *pull* » (GEM, 2019) et « *push* » (O. Giacomini et al. 2008).

entrepreneuriales des FE, et leur influencent sur leurs comportements, ici vis-à-vis du financement de projet entrepreneurial. Cette théorie permet de prédire les conséquences concernant de comportements des individus (Vallerand et Blanchard, 1998), et propose une conception de la motivation axée sur la dialectique entre l'environnement et la personne dans sa quête de satisfaction de besoins psychologiques (Deci et Ryan, 2000). Cette conception conduit à une analyse des éléments clés menant aux antécédents et conséquences de la motivation (Vallerand, 1997 ; Vallerand et Ratelle, 2002). Elle s'appuie sur la distinction entre la motivation autonome et la contrôlée (Deci, 1971 ; Lepper, Greene, & Nisbett, 1973), et distingue également plusieurs types d'intériorisation : interne, introjetée et identifiée et externe (Sarrazin et al., 2011). Nous présentons ci-dessous une synthèse regroupant l'ensemble des concepts clés majeurs de la théorie de l'autodétermination.

Type de motivation	Motivation intrinsèque	Motivation extrinsèque			
Forme de régulation	Intrinsèque	Intégrée	Identifiée	Introjetée	Externe
Cause du comportement	Par intérêt, plaisir qui en découle directement	Parce qu'il est en parfaite harmonie avec les valeurs et l'identité de l'individu	Parce qu'il a du sens, il est valorisé et relié à des buts importants	Pour faire face à des pressions internes : éviter la culpabilité ou la honte, satisfaire des attentes	Pour faire face à des pressions externes : obtenir une punition, éviter une punition
Degré d'autonomie et de contrôle	Motivations autonomes	Motivations contrôlées contraintes			

Tableau 1 Concepts clés de la théorie de l'autodétermination

3. Méthodologie

3.1. Recherche qualitative à visée compréhensive

Notre recherche s'ancre dans un positionnement épistémologique constructiviste (Avenier et Thomas, 2013 ; Le Moigne 1995), qui nous permet de nous intéresser à la connaissance issue du réel expérimenté des acteurs (Schmitt, 2017). Nous mobilisons une approche qualitative à visée compréhensive, souvent adoptée dans les recherches sur les FE (Ahl, 2006 ; Hughes et al., 2012, Bruin et al., 2007 ; Jamali, 2009), utile dans l'investigation des récits individuels des FE (Braches & Elliott, 2017 ; McAdam et al., 2019 ; Stead, 2017). Notre approche est essentiellement abductive (Reichmetz, 2010 ; Glaser et Strauss, 1967 ; Guillemette, 2006 ; Charmaz, 2014). Nous avons réalisé notre collecte auprès de FE via des entretiens semi-

directifs (Eisenhardt, 1989 ; Miles et Huberman, 1994 et Patton, 2002), à perspective de récit de vie nous permettant d’appréhender la temporalité des expériences des FE interrogées à travers des événements historiques, mais également par le vécu des individus et leurs représentations (Sanséau, 2005 ; Ponroy & Chevalier, 2018). Un guide d’entretien a été élaboré et structuré de manière à mettre en lumière leur parcours entrepreneurial, leurs motivations, et le financement de leurs projets.

3.2. Collecte de données par entretiens semi-directifs

Nos répondantes ont été choisies en fonction de leur capacité à favoriser l’émergence et le développement de la théorie (Glaser, Strauss, 1967 ; Corbin, Strauss, 2008 ; Morse, 2010). Notre avons interrogés des FE portant des projets à caractères sociaux environnementaux, et à dimension commerciale, face aux différences définies dans la littérature entre ces deux approches entrepreneuriales (Sepulveda, 2015). Notre objectif était de comprendre l’impact de ces aspirations sur leurs choix de financement, notamment en lien avec leurs motivations liés à l’indépendance, et quelles articulations pouvaient exister entre leurs aspirations et motivations. Notre collecte de données a été réalisée au sein de deux régions, la région Auvergne Rhône Alpes (France) et la ville de Lyon et la région du Québec (Canada) avec la ville de Montréal. Il nous a paru intéressant d’étudier ces deux zones géographiques qui partagent des similitudes en termes de taux d’activité entrepreneurial des femmes (Rapport du GEM 2019-20) mais aussi concernant la difficulté d’accès au financement des FE (Rapport de l’OCDE, 2020). Ces deux régions géographiques représentent des zones dynamiques au sein de leurs territoires d’appartenances et des espaces physiques, sociaux, politiques et culturels hétérogènes. Notre objectif était d’établir s’il existe des spécificités en termes de motivations entrepreneuriales des FE en fonction de leurs zones d’appartenance, et s’il existait des différences en termes d’influence sur leurs choix de financement.

3.3. Analyse des données via le logiciel NVivo12

Les entretiens réalisés ont tous été enregistrés et une retranscription complète a été réalisée à l’aide du logiciel d’analyse de données qualitatives NVivo12. L’analyse des données collectées a été basée sur une approche itérative et abductive (Gioia, 2021), par « *alternance* » et « *interaction circulaire* » (Guillemette, 2006) entre la collecte et l’analyse des données (Glaser, Strauss, 1967 ; Corbin, Strauss, 2008), afin d’extraire les idées clés utiles à la compréhension du sujet (Pettigrew, 1990). Notre analyse s’est déroulée en trois grandes étapes (Braun & Clarke, 2019). Tout d’abord, nous avons analysé l’ensemble des retranscriptions

individuellement en identifiant les catégories descriptives thématiques de chacun en réalisant un premier codage ouvert. Nous avons ainsi réalisé un premier arbre de codification, ajusté au fur et à mesure selon l'émergence de nouvelles catégories dans les entretiens. Par la suite, nous les avons regroupés en catégories de second ordre. Enfin, nous avons développé des dimensions agrégées finales, dérivées des codes de premier et de second ordre qui nous ont permis de monter en abstraction, et de répondre au mieux à nos questions de recherche.

4. Résultats

40 entretiens semi-directifs avec des FE ont été effectués, représentant 33h10 d'enregistrement, pour une durée moyenne de 50 minutes par entretien. 23 entretiens ont été réalisés auprès de FE de la région lyonnaise, et 17 entretiens sur la région de Montréal. Les FE interrogées ont, pour la plupart, un niveau d'étude élevée (Bac+5) en lien avec l'ingénierie et des sciences de gestion. Elles ont entre 19 ans et 50 ans et portent des projets qui s'ancrent dans des secteurs variés, associés à des enjeux commerciaux, environnementaux et sociaux. Pour certains projets, ils ont également une dimension technologique. 11 des entrepreneures interrogées portent des projets à dimension social, 11 à dimension environnemental et enfin 18 avec une dimension commerciale. Elles étaient au moment de nos entretiens au stade de préparation ou de démarrage de leurs activités, et plusieurs cherchés leurs premiers clients. En annexe, nous présentons en annexe les caractéristiques des profils des FE, et des projets qu'elles portent.

4.1. *Le rapport à l'argent comme expression des valeurs des FE : Pierre angulaire pour comprendre leurs choix de financement*

Les FE interrogées ont été nombreuses à instinctivement lier leurs représentations du financement à leurs rapports à l'argent. Elles considèrent que l'argent est lié à une question de valeurs intrinsèques et doit être dépensé à bon escient « *Il faut dépenser dans les choses qu'on croit. Je veux aligner mes valeurs avec mes dépenses* » (FE_#8). Elles sont nombreuses à considérer leur réussite entrepreneuriale plus en termes de développement que de réussite financière « *Je pense qu'il ne faut pas entreprendre pour devenir millionnaire parce qu'il y en a très peu qui le deviennent millionnaire et je pense qu'il vaut mieux entreprendre pour la réussite d'un projet que pour la réussite financière* » (FE_#4). Dans le cadre de leurs choix de financement, elles souhaitent que les financeurs partagent leur vision « *J'ai peur d'aller voir*

des investisseurs qui mettent en avant le profit, et qui souhaitent changer ma façon de faire. Je préfère avoir moins d'argent que de changer mes valeurs » (FE_#7).

Elles définissent l'argent, et par extension le financement entrepreneurial, comme un moyen, plus qu'une finalité en soit, liés à des motivations internes et autonomes et à leurs valeurs régulées de façon intégrée et identifiée. Elles voient l'argent comme un outil « *L'argent c'est un moyen d'aller plus loin* » (FE_#4) pouvant leur permettre d'atteindre leurs buts, plus qu'une finalité en soi « *Ce n'est même pas une finalité c'est un moyen* » (FE_#3). Elles sont ainsi nombreuses à considérer que l'argent doit servir des causes qui les importent, notamment la qualité de vie au travail de leurs potentiels futurs salariés « *L'argent c'est quelque chose pour développer l'entreprise et faire en sorte que les gens qui travaillent le fassent dans de bonnes conditions, ce n'est pas du tout un objectif* » (FE_#11). Elles ne souhaitent également pas se verser un salaire conséquent « *Pour moi le financement ça a toujours été : qu'est-ce qu'on peut faire ou pas pour que l'entreprise ait plus de succès plutôt que de dire "je vais me donner un gros salaire", ça c'est toujours en dernier* » (FE_#3).

4.2. Des FE qui choisissent de se détourner du financement externe : Un choix initié par des motivations autonomes

Avant même de commencer leurs projets, plusieurs FE ont fait le choix d'économiser en amont pour ne pas avoir à demander un financement externe « *La raison pour laquelle j'ai choisi de travailler après mes études c'était pour financer mon projet d'entreprise parce que je voulais être indépendante financièrement* » (FE_#11) mais ont aussi fait le choix de leur activité en fonction des besoins de financement nécessaire « *Je me suis orientée vers une activité qui n'avait pas trop de dépenses* » (FE_#1). Une des raisons les plus évoquées par les FE interrogées est la crainte de perdre l'indépendance et l'autonomie qu'elles recherchaient dans l'entrepreneuriat « *Une des grandes choses que j'apprécie dans le projet, c'est d'être seule à la barre, si tu commences à chercher du financement, tu t'obliges à partager cette barre-là* » (FE_#9). Elles craignent de perdre ce sentiment d'autonomie et liberté qu'elles ont trouvées « *C'est vraiment une peur et l'appréhension de perdre ce sentiment de liberté que j'ai trouvé dans l'entrepreneuriat* » (FE_#8). Pour certaines, elles visent ainsi une indépendance sans concession « *Je souhaite suivre une trajectoire de financement où j'assume le minimum de dettes, et le maximum de liberté pour pouvoir avancer dans mon activité comme je veux* » (FE_#17).

En complément de cette peur de perdre liberté et autonomie, d'autres FE éprouvent une crainte des institutions financières « *Je n'ai pas ce rapport de confiance avec les institutions financières, qui ne sont pas selon moi, garante de mon bien-être* » (FE_#4) qui n'ont pas nécessairement les mêmes valeurs qu'elles « *Parfois les investisseurs, non seulement ils se fichent du côté humain, mais aussi de la raison d'être de l'entreprise, ce sont des requins, ils investissent seulement l'argent* » (FE_#4). Elles souhaitent alors autofinancer leurs besoins de financement « *J'ai plutôt tendance à chercher à m'autofinancer un maximum pour avoir le maximum de contrôle sur l'entièreté du projet* » (FE_#12) ne souhaitant pas avoir à rendre des comptes « *Je ne suis pas en recherche de financement parce que je n'ai pas envie d'avoir des comptes à rendre* » (FE_#1), d'autant plus dans le cadre d'une ouverture du capital « *Je n'ai jamais voulu ouvrir mon capital car je ne veux pas que d'autres personnes que moi prennent des décisions* » (FE_#5).

4.3. *Un attrait pour le financement externe de la part des FE ancrée dans des motivations contraintes*

Les FE interrogées sont nombreuses à ne pas souhaiter initier des démarches de financement externe, mais en être obligées. En effet, selon elles, l'entrepreneuriat nécessite de passer par cette étape « *Le financement externe, c'est juste indispensable et même si ça fait peur c'est indispensable, c'est un passage obligé* » (FE_#15). Ainsi, bien que ces FE aient des représentations parfois très négatives du financement, elles estiment devoir initier des démarches en réponse aux besoins de financement de leur projet « *Quand on crée une entreprise il ne faut pas se leurrer, on a besoin d'argent à moins d'avoir 50 000 € sur son compte bancaire, il y a un moment donné où il y aller* » (FE_#3). Elles expriment agir, aussi, face à la pression du marché, et leurs entreprises doivent se développer rapidement pour ne pas être dépassées par la concurrence « *L'idée n'est pas de se développer pour ne pas mourir, mais de se développer avant tes concurrents, c'est-à-dire se développer vite et fort, c'est là où le besoin de financement se fait ressentir* » (FE_#15). Elles voient donc en l'ouverture du capital une opportunité de se développer plus vite « *On préfère intégrer du monde dans notre projet pour aller vite, plutôt que de mettre du temps à se développer* » (FE_#14).

Au-delà des contraintes externes liées à leurs projets, c'est également face à des contraintes de leurs vies personnelles que les FE initient des démarches de financement externe. Elles souhaitent pouvoir rapidement se verser un salaire « *On ne se paie pas encore, donc forcément j'ai quand même hâte que ça arrive parce que j'ai besoin d'avoir une situation*

économique un peu plus stable » (FE_#14). Pour elles, bien que leurs valeurs ne soient pas en adéquation avec celles des institutions de financement, elles estiment que le financement est nécessaire pour qu'elles puissent vivre de leurs projets « *Je comprends qu'on puisse avoir des valeurs pas toujours en adéquation, mais à un moment il faut aller chercher de l'argent si je ne le fais pas, je n'avais pas assez d'argent et je ne pouvais pas vivre de mon projet* » (FE_#3).

De plus, elles estiment qu'il est compliqué de trouver des fonds en adéquation avec leurs valeurs, d'où la nécessité de passer outre « *Des fonds qui sont totalement Green aujourd'hui ce n'est pas simple à trouver, si on veut un minimum changer le monde il ne faut pas se mettre de barrières sinon c'est compliqué* » (FE_#4). Ces FE acceptent donc ces conditions, mais souhaitent pour certaines également imposer les leurs. Ainsi, plusieurs FE mobilisent des motivations autonomes intrinsèques, liées à leurs propres valeurs, qu'elles souhaitent retrouver chez leurs futurs potentiels investisseurs « *Il y aurait vraiment un critère non négociable, c'est qu'ils doivent (cf. les financeurs) vraiment avoir à cœur les valeurs écologiques, je souhaite trouver des gens plutôt intéressés par les valeurs que je propose plutôt que juste par le fait de générer de l'argent* » (FE_#2).

5. Discussion

5.1. Inéquation entre valeurs des FE et dispositifs de financement disponible : Tensions pour l'entrepreneuriat à dimension social ou environnemental

Beaucoup des FE interrogées entreprennent sont motivations pas des objectifs plus sociaux qu'économiques (Mcgowan et al., 2012 ; Stephan et al., 2015 ; Cardella et al., 2020) et portant des projets qu'on peut définir comme « *à impacts* » et pour certaines labélisées de l'économie sociale et solidaire (ESS). Elles souhaitent, au travers de leurs projets, provoquer un changement social (Novkovic, 2008), et sont motivées par la volonté de « *sensibiliser aux problèmes sociétaux* » (Horst et al., 2020, p. 99), notamment en lien avec l'environnement. Ces motivations ont impacté leurs intentions d'entreprendre comme la littérature le montre (Alam et al., 2019), mais également leurs rapports à l'argent. Les individus perçoivent, valorisent et traitent l'argent différemment, en fonction des significations subjectives et affectives dans lesquelles ils développent des attitudes et des tendances comportementales à son égard (Furnham, 1984 ; Mitchell et Mickel, 1999). Les FE motivées par un devoir sociétal lié à des valeurs sociales et environnementales perçoivent l'argent comme un moyen et ne sont pas nécessairement intéressées par le gain financier (Mair et Marti 2006 ; Bacq et Janssen

2011). Elles estiment que l'argent doit être dépensé à bon escient, et pour une cause pertinente et en accord avec leurs valeurs intrinsèques (Denos et al., 2021).

Au-delà de leur rapport à l'argent, leurs aspirations influencent également leur rapport au financement entrepreneurial, notamment aux institutions financières. Elles voient dans ces organismes un capitalisme déconnecté de leurs valeurs et de la raison d'être de leur projet et ont une représentation dégradée des investisseurs (Boulton et al., 2019). Ainsi, elles ne souhaitent pas initier des démarches de financement externe, et préfèrent l'autofinancement, la Love Money ou le financement participatif. Ces entrepreneures sont prêtes à accepter les difficultés liées à leurs besoins de financement à venir, leurs choix étant guidés par leur volonté de création de valeur sociale (Austin, Stevenson, et Wei-Skillern 2006) qui surplombe les autres. Leurs choix sont ici contraints face aux manques de dispositifs de financement qu'elles estiment en accord avec leurs valeurs et motivations. Pour d'autres FE, bien qu'elles perçoivent une inéquation entre leurs valeurs et les institutions de financement, leurs besoins de financement et les pressions internes et externes (Sarrazin et al., 2011) qu'elles subissent les amènent à évoluer et à s'ouvrir à cette modalité de financement. C'est face aux besoins de financement conséquents de leurs projets, mais aussi à la nécessité de pouvoir se rémunérer rapidement qu'elles estiment nécessaire de mettre de côté leurs valeurs, et ainsi se tourner vers le financement externe.

Pour certaines, elles souhaitent tout de même le faire sous certaines conditions, et retrouver un minimum d'aspirations communes avec un financeur pour envisager une demande. Ces tensions entre leurs besoins de financement, et les valeurs des entrepreneures se retrouvent tout particulièrement quand elles portent des projets ancrés dans des motivations sociales (Ghalwash et al., 2017 ; Zahra et al., 2009) et environnementales (Rahman et Reynolds, 2019 ; Chou, 2014 ; De Roeck et al., 2014). Pour les FE entreprenant des projets à caractère commercial à but lucratif (Barendsen & Gardner, 2004 ; Nawaser, Khaksar, Shaksian, & Jahansahi, 2011), la question des valeurs prend une place moins importante pour elles, et il n'existe pas de tensions vis-à-vis de leurs choix de financement. Nos résultats présentent la complexité de l'impact des motivations entrepreneuriales (Akehurst et al., 2012), pour les entrepreneurs sociaux et commerciaux et en quoi les motivations entrepreneuriales ancrées dans des valeurs sociétales sont à forts impacts sur les choix de financement des FE. Leurs sont guidés par des motivations contraintes, tandis que les entrepreneures commerciales sont régies par des motivations autonomes, directement lié à leurs besoins de financement et leurs

aspirations de croissance future (Mcgowan et al., 2012 ; Stephan et al., 2015 ; Cardella et al., 2020). Nous présentons ci-dessous une synthèse de notre analyse.

Typologie	Lien entre les motivations	Description	Dispositifs envisagés
Entrepreneuriat à dimension social ou environnemental	Forte tension entre motivations autonomes et contraintes	Inéquation entre leurs valeurs et leur appréhension des institutions de financement Contrainte à ne pas demander un financement. Valeurs qu'elles portent plus importantes que leurs besoins de financement	Autofinancement Love Money et financement participatif
		Inéquation entre leurs valeurs et leur appréhension des institutions de financement Contrainte demander un financement face à leurs besoins. Souhaitent le faire seulement si elles estiment partager des valeurs communes avec le financeur	Tous les dispositifs de financement (<u>sous conditions strictes</u>)
Entrepreneuriat à dimension commercial	Pas de tension	Les FE choisissent leur financement en fonction de leurs besoins et de leurs aspirations de croissance	Tous les dispositifs de financement (<u>sans condition</u>)

5.2. *Un refus de faire appel au financement ancré dans un désir d'indépendance et de fortes valeurs sociales et environnementales*

Nos analyses permettent de comprendre pourquoi les FE refusent parfois d'aller chercher du financement externe. Nos résultats contribuent aux questionnements de la littérature sur les enjeux de la demande de financement des FE (Constantinidis, Cornet et Asandei ; 2006), notamment vis-à-vis des mécaniques qui les guident vers le choix de l'autofinancement (Chowdhury et al., 2018). Les femmes sont guidées par des motivations intrinsèques, consistant à faire une activité pour le plaisir inhérent à celle-ci (Mari et al., 2014), le besoin d'accomplissement et d'indépendance (McClelland, 1961 ; Hisrich et Brush, 1984 ; DeMartino et Barbato, 2003). Elles sont nombreuses à souhaiter être leur propre patron, afin de gérer et de prendre des décisions sans interférence extérieure (Croson & Minniti, 2012).

Tableau 2. Inéquation entre valeurs des FE et dispositifs de financement disponible : Tensions pour l'entrepreneuriat à dimension social ou environnemental

Pour autant, ces motivations considérées comme des facteurs positifs (communément défini comme des facteurs « *pulls* ») (Khaldia et Khaldia, 2017) dans la littérature les limitent dans leurs choix de financement.

Le rapport à l'argent que peuvent avoir les entrepreneures contribue grandement à leurs choix d'autofinancement. Elles sont influencées par des motivations intrinsèques liées à leurs valeurs, et souhaitent suivre une trajectoire de financement en harmonie avec celles-ci, répondant à des besoins sociaux plutôt qu'à des besoins financiers personnels (Shaw et de Bruin, 2013). Enfin, les entrepreneures sont également contraintes dans leurs choix par l'appréhension ou le refus de l'intégration d'une tierce partie dans leur entreprise. En effet, souhaitant être autonomes d'un point de vue organisationnel et stratégique (Rindova et al., 2009 ; Kirkwood et Campbell-Hunt, 2007), elles refusent de faire appel à un financement qui est souvent synonyme pour elles de perte d'indépendance. Pour d'autres, c'est l'inéquation qu'elles perçoivent entre leurs valeurs et celles des institutions financières, qui guident leurs choix. Nous présentons ci-dessous une analyse de nos résultats.

Type de motivation	Forme de régulation	Cause du comportement
Motivations autonomes	Régulation intrinsèque	<u>Par satisfaction qui en découle directement</u> L'argent qu'elles utilisent doit être l'expression de leurs valeurs Le financement est être un moyen d'atteindre des objectifs non financiers, et pas une finalité en soit
	(Extrinsèque) Régulation intégrée	<u>Parce qu'il est en harmonie avec les valeurs</u> Conserver la liberté et autonomie qu'elles ont trouvées dans l'entrepreneuriat
	(Extrinsèque) Régulation identifiée	<u>Parce qu'il est relié à des buts importants</u> Ne souhaite pas avoir à justifier leurs choix Souhaite rester la seule décisionnaire
Motivations contraintes	Régulation externe	<u>Pour faire face aux pressions externes</u> Ont des valeurs en inadéquation avec les institutions financières

Tableau 3 Refus de faire appel au financement ancré dans un désir d'indépendance et de fortes valeurs sociales et environnementales

5.3. Des demandes de financement externe ancré dans des motivations contraintes internes et externes

Les FE s'estiment être contraintes d'initier des démarches de financement, et n'en ressentent pas de satisfaction. Elles répondent à des motivations négatives (défini comme des motivations « *pushes* » dans la littérature), répondant à des facteurs contraignants (McGowan et al., 2012), régulé de façon introjetée et externe. Dans un premier temps, nombreuses sont

celles qui considèrent que le financement externe est un passage obligé³ pour tout entrepreneur, et devront ainsi également s’y soumettre. Ceci est d’autant plus vrai quand les besoins de financement des FE ne peuvent pas être assouvis par leurs fonds personnels, ou de l’autofinancement (Davidson & Pirinsky, 2019 ; Hill et al., 2006). Ainsi, plus leurs besoins de financement sont grands, plus elles estiment être contraintes à aller chercher du financement. Pour d’autres, elles estiment devoir répondre à des pressions externes (Deci et Ryan, 2000 ; Sarrazin et al, 2011), liées à la pression du marché et de la concurrence qui en découlent, et se doivent d’avancer, et de se développer plus vite que les autres. Pour certaines FE, ces pressions sont d’ordres plus personnels et concernent la nécessité de se verser un salaire rapidement pour subvenir à leurs besoins. Nous présentons ci-dessous une synthèse de nos analyses.

Type de motivation	Forme de régulation	Cause du comportement
Motivations contraintes	Régulation introjetée	<u>Pour faire face aux pressions internes</u> Répondre au jeu de l’entrepreneuriat. La demande de financement vu comme un passage obligé Pas de ressources financières suffisantes. Besoin de financement externe pour démarrer leur projet de création d’entreprise
	Régulation externe	<u>Pour faire face aux pressions externes</u> Pression du marché, de la concurrence. Besoin de se développer plus vite que les autres Contraintes personnelles. Besoin de pouvoir se verser un salaire rapidement pour subvenir à ses besoins

Tableau 4 Des demandes de financement externe ancré dans des motivations contraintes internes et externes

6. Contributions et conclusion et contributions

Les perspectives de recherche qu’offre ce travail sont nombreuses, mais ne sont pas exemptes de critique. Bien que la collecte de données ait été effectuée sur deux territoires distincts, à savoir la région de Lyon (France) et de Montréal (Québec), nous n’avons pas observé de différences majeures au sujet des motivations entrepreneuriales des FE, ainsi que leurs influences sur leurs choix de financement. Un approfondissement des facteurs culturels de ces deux territoires nous permettrait d’aller plus loin dans l’analyse de nos données.

Du point de vue théorique, notre recherche propose plusieurs contributions. Dans un premier temps, elle contribue aux recherches sur les FE (Godwin, Stevens et Brenner, 2006 ; Carrier, Julien et Menvielle, 2006 ; Panda, 2016), en s’appuyant sur les demandes des chercheurs, à

³ <https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/financement/financement-creation-d-entreprise/>

savoir mieux comprendre les FE (Suddaby, 2006). Par le biais de la demande de financement (Constantinidis, Cornet et Asandei ; 2006) angle de recherche encore peu étudié, nous contribuons à mieux comprendre la boîte noire derrière les comportements des FE (De Bruin, Brush et Welter, 2007 ; St-Pierre et Fadil, 2011, Panda, 2016), notamment vis-à-vis du financement externe (Kwapisz & Hechavarría, 2018). Notre recherche qualitative répond au manque de recherches d'ordre empiriques (Humbert et Roomi, 2018) et aux enjeux de compréhension de l'influence des motivations sur le financement entrepreneurial, à forts enjeux sur la pérennité (Llados-Masllorens & Ruiz-Dotras, 2021) et le succès des entrepreneurs, particulièrement pour les FE. En s'intéressant à leurs comportements, nous répondant à une demande récente des chercheurs, de mieux comprendre leurs choix de demandes, mais aussi de non-demande de financement externe (Kwapisz & Hechavarría, 2018).

Par la mobilisation de la théorie de l'autodétermination (Deci et Ryan, 2000), nos résultats présentent des impacts jusqu'alors inconnu et non développé sur l'influence des motivations sur les choix de financement des FE. Cette théorie encore permet de prendre en compte les valeurs définies comme à forts impacts sur les comportements des individus (Holland et Shepherd 2013). En s'intéressant précisément aux motivations liées au besoin d'indépendance (BPI France, 2016), et aussi aux valeurs sociales (Ghalwash et al., 2017 ; Zahra et al., 2009) et environnementales (Rahman et Reynolds, 2019 ; Chou, 2014 ; De Roeck et al., 2014), nous présentons une analyse détaillée des leurs influences. Nous dépassons ainsi la dichotomie « *pushs* » et « *pulls* » (Gabarret & Vedel, 2015 ; Ben Makhoulf & Aknine Souidi, 2019). Notre recherche permet d'établir une distinction entre les projets à dimension sociale et environnementale vis-à-vis des projets commerciaux qui sont moins régis par des valeurs sociétales, et en tension vis-à-vis des choix de financement.

D'un point de vue managérial, notre recherche comporte des implications pour les institutions financières et, plus généralement, l'écosystème entrepreneurial (Brush et al., 2019 ; McAdam et al., 2019), notamment les structures d'accompagnement d'accompagnement (Gasse et Tremblay, 2007 ; Dokou, Gasse, Abiassi et Camion, 2004). Notre recherche permet de sensibiliser les institutions financières quant aux représentations que peuvent les FE d'eux (Schmitt, 2017), qu'elles associent à une vision du capitalisme (Boulton et al., 2019) négative, portant de valeurs en inadéquation avec les leurs, synonyme de perte d'indépendance pour elles. Conjointement, les structures d'accompagnement et de financement ont un réel rôle à jouer dans une prise en compte de ces motivations et aspirations entrepreneuriales qui peut

limiter les demandes de financement des FE (Ghalwash et al., 2017 ; Zahra et al., 2009). Les institutions de financement, pourraient conjoint avec l'écosystème entrepreneurial, réaliser un travail de vulgarisation de leurs missions des financeurs (Harrison et Mason, 2007) et des obligations qui régissent les relations entre financeur et entrepreneur. Cela permettrait aux FE de déconstruire certaines représentations parfois faussées qu'elles peuvent avoir. Au-delà, plus particulièrement pour l'entrepreneuriat social, un travail d'information est également à faire de la part des acteurs de l'écosystème qui œuvre déjà pour le financement de projets à impacts. À ce jour, un grand nombre d'acteurs prennent déjà en compte ces enjeux dans leur fonctionnement et financent également de nombreux projets entrepreneuriaux basés sur des critères sociaux, sociétaux, et environnementaux (BPI, 2021 ; Dermine, 2019). Ces actions permettraient qu'aucune entrepreneure ne se limitent dans ces demandes de financement, et estimer devoir choisir entre indépendance, valeurs ou argent.

7. Références bibliographiques

- Abousaid, F.-Z., & Angade, K. (2020). Entrepreneuriat féminin dans la région Souss Massa (Maroc) : Une étude comparative des motivations des femmes entrepreneures selon le choix sectoriel. *Moroccan Journal of Entrepreneurship, Innovation and Management*, 5(2), 14.
- Aernoudt, R., & De San José, A. (2020). A gender financing gap : Fake news or evidence? *Venture Capital*, 22(2), 127-134.
- Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Akehurst, G., Afonso, C. and Martins Gonçalves, H. (2012), Re- examining green purchase behaviour and the green consumer profile: new evidences, *Management Decision*, 50(5), 972-988.
- Alam, M. Z., Kousar, S., & Rehman, Ch. A. (2019). Role of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions and behaviour : Theory of planned behaviour extension on engineering students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 50.
- Avenier, M.-J., & Thomas, C. (2012). À quoi sert l'épistémologie dans la recherche en sciences de gestion ? *AEGIS le Libellio*, 8(4), 15-29.
- Basiglio, S., De Vincentiis, P., Isaia, E., & Rossi, M. (2022). Women-led Firms and Credit Access. A Gendered Story? *Italian Economic Journal*. 1(1), 1-35.
- Ben Makhlof, Y., & Aknine Souidi, R. (2019). Motivations and obstacles to women's entrepreneurship in Algeria. *El Bahith Review*, 19(1), 12.

- Berglund, H. (2007). Researching Entrepreneurship as Lived Experience. Dans H. Neergaard & J. Ullhøi (dir.), *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship* (p. 34-48). Edward Elgar Publishing.
- Bosma, N., Content, J., Sanders, M., & Stam, E. (2018). Institutions, entrepreneurship, and economic growth in Europe. *Small Business Economics*, 51(2), 483-499.
- Boulton, T. J., Shohfi, T. D., & Zhu, P. (2019). Angels or Sharks? The Role of Personal Characteristics in Angel Investment Decisions. *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1280-1303.
- Brick, C., & Lewis, G. J. (2016a). Unearthing the “Green” Personality: Core Traits Predict Environmentally Friendly Behavior. *Environment and Behavior*, 48(5), 635-658.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women’s entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 824.
- Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawełek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship : A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110(1), 132-143.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women Entrepreneurship : A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Frontiers in Psychology*, 11(3), 1557-1565.
- Carrier, C., Julien, P.-A., & Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l’entrepreneuriat féminin : Une synthèse des études des 25 dernières années. *Gestion*, 31(2), 36-48.
- Charmaz, K. (2014). Grounded Theory in Global Perspective: Reviews by International Researchers. *Qualitative Inquiry*, 20(9), 1074-1084.
- Chowdhury, T. Y., Yeasmin, A., & Ahmed, Z. (2018). Perception of women entrepreneurs to accessing bank credit. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 32.
- Cole, R. A., and Mehran, H. (2018). Gender and the availability of credit to privately held firms: evidence from the surveys of small business finances. *FRB of New York Staff Report*.
- Constantinidis, C., Cornet, A., & Asandei, S. (2006). Financing of women-owned ventures : The impact of gender and other owner -and firm-related variables. *Venture Capital*, 8(2), 133-157.
- Cornet, A. & Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin: Une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue française de gestion*, 151(4), 191-204.
- Cozarenco, A., & Szafarz, A. (2018). Gender Biases in Bank Lending : Lessons from Microcredit in France. *Journal of Business Ethics*, 147(3), 631-650.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8(3), 251-261.
- d’Andria, A., & Gabarret, I. (2017). Mères et entrepreneures : Étude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs françaises. *Revue internationale P.M.E.*, 30(1), 155-181.

- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339-3
- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339.
- Deci, E. L. (1971). Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18(1), 105-115.
- DeMartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs : Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832.
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green : New insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759-771.
- Denis, D. J. (2004). Entrepreneurial finance : An overview of the issues and evidence. *Journal of Corporate Finance*, 10(2), 301-326.
- Denos, G., Maurel, C., & Pantin, F. (2021). Sensibilisation aux paradoxes: le cas d'un dispositif participatif face aux tensions de l'innovation sociale. *Actes de l'Association Internationale de Recherche en Management Public*, (p. 1-30) Montpellier, France
- Dermine, T. (2019). Contrat à impact social : Une opportunité pour le financement de l'action sociale ? *Informations sociales*, 199(1), 116-123.
- Dokou, G. A. K., & Mahamoud Rayaleh, A. (2016). Typologie des créatrices d'entreprise djiboutiennes en termes de potentialités entrepreneuriales : Importance des antécédents familiaux et professionnels. *Revue internationale des sciences de l'organisation*, 2(2), 41-78.
- Eddleston, K. A., Ladge, J. J., Mitteness, C., & Balachandra, L. (2016). Do you See what I See? Signaling Effects of Gender and Firm Characteristics on Financing Entrepreneurial Ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 489-514.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013) Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship across Nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3): 479-504.
- Estrin, S., Stephan, U., & Vujic, S. (2014). Do Women Earn Less Even as Social Entrepreneurs? *SSRN Electronic Journal*. IZA Discussion Papers, 8650, 1-49.
- Eversole, R. (2004). Change Makers ? Women's Microenterprises in a Bolivian City. *Gender, Work and Organization*, 11(2), 123-142.
- Ewens, M., & Townsend, R. R. (2020). Are Early-Stage Investors Biased against Women? *Journal of Financial Economics*, 135(3), 653-677.

- Fernandez, D. B., Scotto, M.-J., & Fischer, B. (2014). *Entreprendre en France ? Les motivations des femmes*. Rapport de recherche, *IPAG Business School*, 1-18.
- Filion, L. J. (2008). Les représentations entrepreneuriales : Un champ d'études en émergence. *Revue internationale de psychosociologie*, *14*(32), 11.
- Furnham, A. F. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, *Psychology* *5*(5), 501-509.
- Gabarret, I., & Vedel, B. (2015). Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale. *La Revue des Sciences de Gestion*, *271*(1), 13-19.
- Gasse, Y., & Tremblay, M. (2011). Entrepreneurial Beliefs and Intentions : A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. *International journal of business* *16*(4), 303-315.
- Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way : A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, *147*, 44-56.
- Gillet, N., & Vallerand, R. J. (2016). Les effets de la motivation sur la performance sportive au regard de la théorie de l'autodétermination : Vers une approche intra-individuelle. *Psychologie Française*, *61*(4), 257-271.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.
- Godwin, L. N., Stevens, C. E., & Brenner, N. L. (2006). Forced to Play by the Rules? Theorizing how Mixed-Sex Founding Teams Benefit Women Entrepreneurs in Male-Dominated Contexts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *30*(5), 623-642.
- Gray, K.R., & Finley-Hervey, J.A. (2005). Women and Entrepreneurship in Morocco: Debunking Stereotypes and Discerning Strategies. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, *1*(1), 203-217.
- Greenberg, J., & Mollick, E. (2015). Leaning In or Leaning On ? Gender, Homophily, and Activism in Crowdfunding. *Academy of Management Proceedings*, *1*(1), 1-58
- Guillemette, F. (2006). L'approche de la *Grounded Theory*, pour innover ? *Recherches qualitatives*, *26*(1), 32-50.
- Guzman, J., & Kacperczyk, A. (Olenka). (2019). Gender gap in entrepreneurship. *Research Policy*, *48*(7), 661-680.
- Harrison, R. T., & Mason, C. M. (2007). Does Gender Matter? Women Business Angels and the Supply of Entrepreneurial Finance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *31*(3), 445-472.
- Hisrich, R.D., & Brush, C. (1984). The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems. *Journal of Small Business Management*, *4*(2), 1-48.
- Holmen, M., Min, T. T. (2011). Female Entrepreneurship in Afghanistan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, *16*(3), 307-331.

- Horst, S.-O., Järventie-Thesleff, R., & Perez-Latre, F. J. (2020). Entrepreneurial identity development through digital media. *Journal of Media Business Studies*, 17(2), 87-112.
- Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S., & Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429–442.
- Humbert, A. L., & Roomi, M. A. (2018). Prone to “care”? : Relating motivations to economic and social performance among women social entrepreneurs in Europe. *Social Enterprise Journal*, 14(3), 312-327.
- Jack, S. L., & Anderson, A. R. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467-487.
- Jamali, D. (2009), "Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective", *Gender in Management*, 24(4), 232-251.
- Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013). Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal*, 31(1), 34–56.
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *The Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715.
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2018). We Ask Men to Win and Women Not to Lose : Closing the Gender Gap in Startup Funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 586-614.
- Khaldia, B., Khaldia, B. (2017). Les motivations entrepreneuriales des femmes La Théorie Push/Pull, *Journal of Economic Sciences Institute*, 20(3) 29-43.
- Kirkwood J., Campbell-Hunt C. (2007) Using multiple paradigm research methodologies to gain new insights into entrepreneurial motivations. *Journal of Enterprising Culture*, 15(3), 219-241.
- Kon, Y. and Storey, D. (2003) A Theory of Discouraged Borrowers. *Small Business Economics*, 21(1), 37-49.
- Kruse, P., Wach, D., Costa, S., & Moriano, J. A. (2019). Values Matter, Don't They? – Combining Theory of Planned Behavior and Personal Values as Predictors of Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(1), 55-83.
- Kwapisz, A., & Hechavarría, D. M. (2018). Women don't ask : An investigation of start-up financing and gender. *Venture Capital*, 20(2), 159-190.
- Lacasse, R. (1990), *La Petite entreprise au Canada: Le cas particulier de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur manufacturier*, Doctorat en Sciences de Gestion, Nice.
- Lafreniere, M., Vallerand, R. & Carbonneau, N. (2009). La théorie de l'autodétermination et le modèle hiérarchique de la motivation intrinsèque et extrinsèque : perspectives intégratives. Dans : P.Carré (dir.), *Traité de psychologie de la motivation: Théories et pratiques* (p. 47-66). Paris: Dunod.

- Langley, A. and Abdallah, C. (2011) Templates and Turns in Qualitative Studies of Strategy and Management. Dans Berg, D.D. and Ketchen, D.J., (dir.) *Building Methodological Bridges, Research Methodology in Strategy and Management* (p. 201-235), Emerald Group Publishing, Bingley.
- Latrous, I. (2021). Financement participatif et entrepreneuriat féminin : Un moyen de briser le second plafond de verre ? *Revue Organisations & territoires*, 30(2), 113.
- Le Moigne, J.-L (1990), *La modélisation des systèmes complexes*, Dunod, Paris.
- Le Moigne, J.-L (1995), *Les épistémologies constructivistes*, Presses universitaires de France
- Léger-Jarniou, C. (2013). *Le grand livre de l'entrepreneuriat*, Dunod, Paris.
- Lepper, M. R., Greene, D., & Nisbett, R. E. (1973). Undermining children's intrinsic interest with extrinsic reward: A test of the "overjustification" hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28(1), 129–137.
- Llados-Masllorens, J. and Ruiz-Dotras, E. (2022), Are women's entrepreneurial intentions and motivations influenced by financial skills?, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 69-94.
- Mac an Bhaird, C., & Lucey, B. (2010). Determinants of capital structure in Irish SMEs. *Small Business Economics*, 35(3), 357-375.
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research : A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mallon, M., & Cohen, L. (2001). Time for a Change? Women's Accounts of the Move from Organizational Careers to Self-Employment. *British Journal of Management*, 12(3), 217-230.
- Mari, M., Poggesi, S., and De Vita, L. (2016), Family embeddedness and business performance: evidences from women-owned firms, *Management Decision*, 54(2), 476-500.
- Mascia, Danilo V. & Rossi, Stefania P.S. (2017). Is there a gender effect on the cost of bank financing? *Journal of Financial Stability*, 31(1), 136-153.
- Mattis, M.C. (2004), Women entrepreneurs: out from under the glass ceiling, *Women in Management Review*, 19(3), 154-163.
- McGowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., & Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(12), 53-72.
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2003). *Analyse des données qualitatives*. (2^e éd.). Paris : De Boeck.
- Mitchell, T. R., & Mickel, A. E. (1999). The Meaning of Money: An Individual-Difference Perspective. *The Academy of Management Review*, 24(3), 568–578.
- Nandal, N., Nandal, D. N., & Aarushi, D. (2020). Women Social Entrepreneurs : A growing trend in Indian Economy. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 2246-2253.
- Notais, A., & Tixier, J. (2018). Entrepreneuriat et innovation au cœur d'un territoire : Le cas des femmes entrepreneures sociales des quartiers. *Innovations*, 57(3), 11-37.

- Novkovic, S. (2008). Defining the co-operative difference. *The Journal of Socio-Economics*, 37(6), 2168-2177.
- Orhan, M. (2001). Women Business Owners in France : The Issue of Financing Discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 95-102.
- Orser, B. J., Riding, A. L., & Manley, K. (2006). Women Entrepreneurs and Financial Capital. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 643-665.
- Özsungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation : Sample of Adana Province. *Women's Studies International Forum*, 7(4), 114-126.
- Panda, D. K. (2016). Microfinance Spurs Microenterprise Development : An Exploration of the Latent Processes. *Strategic Change*, 25(5), 613-623.
- Pare, J. L., & Rédis, J. (2011). Réorienter la recherche en finance entrepreneuriale. *Gestion 2000*, 28(4), 17-31.
- Patton, M. Q. (2002). Two Decades of Developments in Qualitative Inquiry: A Personal, Experiential Perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261–283.
- Pinkovetskaia, I. S., Berezina, N. V., Navasardyan, A. A., & Neif, N. M. (2021). Gender aspects of entrepreneurs' motivation in modern countries. *Revista Amazonia Investiga*, 10(39), 218-224.
- Polas, M. R. H., & Afshar Jahanshahi, A. (2021). The effects of individual characteristics on women intention to become social entrepreneurs? *Journal of Public Affairs*, 21(2), 1-8.
- Powell, M., & Ansic, D. (1997). Gender differences in risk behaviour in financial decision-making: An experimental analysis. *Journal of Economic Psychology*, 18(6), 605–628.
- Qazi, W., Qureshi, J. A., Raza, S. A., Khan, K. A., & Qureshi, M. A. (2021). Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions : The moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 13(4), 1154-1180.
- Reichertz, J. (2010), Abduction : The Logic of Discovery of Grounded Theory (p. 214-228), dans Bryant, A. et Chamaz K.C. (dir.), *The Sage Handbook of Grounded Theory*, Sage Publications.
- Rindova, V., Barry, D., & Ketchen, D. J. (2009). Entrepreneurship as Emancipation. *Academy of Management Review*, 34(3), 477-491.
- Roper, S.W., & Scott, J.M. (2009). Perceived Financial Barriers and the Start-up Decision. *International Small Business Journal*, 27(2), 149-171.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Saliba-Chalhoub, N., Schmitt, C. (2016), De l'emprise de l'inconscient dans les organisations, voyage en complexité interpersonnelle, Dans Schmitt C (dir.), *De la complexité de l'action dans les organisations* (p. 207-219). Growth Publisher.

- Sarasvathy, S. et Berglund, H. (2010), On the relevance of decision making in entrepreneurial decision making dans Landström, H. et Lohrke, L. (dir.), *The Historical Foundations of Entrepreneurship Research*, Aldershot, Edward Elgar, p. 75-93.
- Sarrazin, P., Pelletier, L., Deci, E. L. et Ryan, R. M. (2011). Nourrir une motivation autonome et des conséquences positives dans différents milieux de vie : les apports de la théorie de l'autodétermination. Dans C. Martin-Krumm et C. Tarquinio (dir.), *Traité de psychologie positive* (p. 273-312). De Boeck.
- Schmitt, C. (2017), *La fabrique de l'entrepreneuriat*, Dunod, Paris.
- Schmitt, C. (2021). Du paradoxe de l'action à l'action entrepreneuriale dans les recherches en entrepreneuriat: *Revue de l'Entrepreneuriat*, 19(3), 93-116.
- Schmitt, C., & Husson, J. (2017). Entrepreneurial situations, definition and interests for entrepreneurial research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(1), 22.
- Sepulveda, L. (2015). Social Enterprise A New Phenomenon in the Field of Economic and Social Welfare? *Social Policy & Administration*, 49(7), 842-861.
- Serwaah, P., & Shneor, R. (2021). Women and entrepreneurial finance : A systematic review. *Venture Capital*, 23(4), 291-319.
- Shapiro A. and Sokol L., The Social Dimension of Entrepreneurship, Dans *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper (dir.), Prentice Hall, 1982.
- Shaw, E., & de Bruin, A. (2013). Reconsidering capitalism: the promise of social innovation and social entrepreneurship? *International Small Business Journal*, 31(7), 737-746.
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions : Investigating the role of education major. *Education + Training*, 55(3), 253-271.
- St-Cyr, L., Gagnon, S. (2004). Les entrepreneures québécoises : taille des entreprises et performance, *Actes du 7^e congrès international francophone sur la PME*, (p. 1-17) Montpellier, France.
- Stephan, U., Hart, M., & Drews, C. (2015). *Understanding Motivations for Entrepreneurship*. Rapport de recherche, Aston Business School, Birmingham et IFF Research, 1-110.
- Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and social entrepreneurship : The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, 46(3), 308-331.
- St-Pierre, J., & Fadil, N. (2018). Finance entrepreneuriale et réalité des PME : Une enquête internationale sur les connaissances et les pratiques académiques des chercheurs. *Management international*, 20(2), 52-68.
- Suddaby, R. (2014). Editor's comments: why theory? *The Academy of Management Review*, 39(4), 407-411.

- Terjesen, S., & Amoros, J. E. (2010). Female Entrepreneurship in Latin America and the Caribbean: Characteristics, Drivers and Relationship to Economic Development. *European Journal of Development Research*, 22, 313-330.
- Thébaud, S. (2015). Status Beliefs and the Spirit of Capitalism : Accounting for Gender Biases in Entrepreneurship and Innovation. *Social Forces*, 94(1), 61-86.
- Treichel, M. and Scott, J. (2006) Women-Owned Businesses and Access to Bank Credit: Evidence from Three Surveys since 1987. *Venture Capital*, 8, 51-67.
- Vallerand, R. J., & Ratelle, C. F. (2002). Intrinsic and extrinsic motivation: A hierarchical model. Dans E. L. Deci & R. M. Ryan (dir.), *Handbook of self-determination research* (p. 37–63). University of Rochester Press.
- Viau, R. (1994). Compte rendu de [Vallerand, R. J. et Thill, E. E. (1993). Introduction à la psychologie de la motivation. Laval : Éditions Études Vivantes.] *Revue des sciences de l'éducation*, 20(2), 411–414.
- Walker, E., Webster, B. (2006) Management competencies of women business owners. *International Entrepreneurship Management*, 2(4), 495-508.
- Wennecke, C. W., Becker Jacobsen, R., & Ren, C. (2019). Motivations for Indigenous island entrepreneurship : Entrepreneurs and behavioral economics in Greenland. *Island Studies Journal*, 14(2), 43-60.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions : Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Yang, S., Kher, R., & Newbert, S. L. (2020). What signals matter for social startups? It depends: The influence of gender role congruity on social impact accelerator selection decisions. *Journal of Business Venturing*, 35(2), 10-59.
- Yi, G. (2021). From green entrepreneurial intentions to green entrepreneurial behaviors : The role of university entrepreneurial support and external institutional support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 963-979.

Annexe : Tableau de synthèse collecte de données

Code	Age	Éducation	Description projet	Secteur	Statut
FE_1	25/30 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Es) Site internet de vente de produits éthiques d'occasion entre particuliers	Marketplace Mode ESS	Recherche première client
FE_2	25/30 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Ee) Vente de micropousses et d'herbes aromatiques saines, cultivées en pleine ville	Food tech AgriTech	Recherche première client
FE_3	25/30 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Es) Outil de communication pour et avec les personnes ayant des troubles du langage	Digital Social/Santé	Recherche premiers clients

FE_4	20/25 ans	Droit international et informatique (BAC +5)	(Ec) Application mobile qui aide les utilisateurs à découvrir des lieux connus ou atypiques	Digital, Tourisme	Recherche premiers clients
FE_5	20/25 ans	École de commerce/gestion (BAC+3)	(Ec) Centre canin qui propose cours d'éducation, promenades et gardiennage	Services Animaux de compagnie	Recherche premiers clients
FE_6	25/30 ans	Baccalauréat	(Ec) Plateforme de mise en relation de laveurs de vitres indépendants au service de particuliers	Digital	Idéation
FE_7	30/35 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Ec) Box par abonnement pour les fans de course à pied et de trail-running	Sport Loisirs	Vente, développement
FE_8	20/25 ans	École de commerce/gestion (BAC+3)	(Ec) Promotion de l'entrepreneuriat féminin à travers des salons & master class	Communication	Vente, développement
FE_9	40/45 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Es) Outil de management pour accompagner les cadres et dirigeants dans leurs décisions en matière de qualité de vie au travail.	Formation conseil Bien être	Idéation
FE_10	25/30 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Ec) Cabinet de recrutement spécialisé dans la restauration	Digital	Rachat de l'entreprise par concurrent
FE_11	25/30 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Ee) Accompagner les entreprises du bâtiment dans le tri et la réduction des déchets de leurs chantiers	Conseil BTP ESS	Vente, développement
FE_12	20/25 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Es) Agence de voyages pour les jeunes et les étudiants à prix adaptés	Tourisme	Vente, développement
FE_13	25/30 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Ee) Formations pratiques à la consommation éco responsable	Formation Conseil ESS	Vente, développement
FE_14	20/25 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Ec) Produits connectés, les archers peuvent prendre le contrôle sur leurs paramètres de tir.	Fintech sport	Concept et idéation
FE_15	25/30 ans	École Architecture paysagiste (BAC +5)	(Ee) Fertilisant 100% naturel et 100% bio issu de fumier de bovins d'Auvergne- Rhône Alpes	Environnement	Vente, développement
FE_16	20/25 ans	Études de droit public (BAC +5)	(Ec) Marque de cosmétiques professionnels pour les cheveux crépus	Formation Conseil	Début de vente
FE_17	30/35 ans	Sciences politiques - Communication publique (BAC +5)	(Ee) Conception et fabrication en France des jouets éducatifs	Jeux pour enfants	Recherche premiers clients
FE_18	40/45 ans	Études en Médecine (BAC +8)	(Ec) Institut de Compétences lié à la Santé	Formation Santé	Recherche premiers clients
FE_19	30/35 ans	Études d'Histoire de l'Art (BAC +5)	(Ec) Bar à chocolat où le cacao est roi	Restauration	En cours de création
FE_20	30/35 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Ec) Café détox contenant des antioxydants naturellement présents dans le grain de café vert non torréfié.	Food Tech	Vente et développement

FE_21	45/50 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Es) Marque de vêtements pour des patients en parcours de soin	Textile Inclusion	Recherche premiers clients
FE_23	50-55 ans	Ecole de commerce/gestion (BAC+5)			
FE_23	30/35 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Ec) Conseil en immersive Learning	Conseil	Recherche premiers clients
QC_1	50/55 ans	Études en Médecine - Pharmacie (BAC +8)	(Ec) Fabriquer et commercialiser des véhicules motorisés de transport individuel	Technologie	Vente et développement
QC_2	35/40 ans	Ingénierie (BAC +5)	(Ec) Plateforme géo spatiale qui permet de mieux, planifier, coordonner et communiquer	Technologie	Vente et développement
QC_3	30-35 ans	École de mode (BAC +5)	(Ee) Plateforme de magasinage mode entre particuliers, seconde main	Mode	Vente et développement
QC_4	35-40 ans	Biologie (BAC +5)	(Ee) Plateforme permettant d'acheter et de vendre des équipements usagés ou neufs provenant du domaine des eaux	Technologie Biologie	En cours de création
QC_5	35-40 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)			
QC_6	30/35 ans	École de cinéma (BAC +5)	(Es) Compagnie de production qui explore l'imaginaire à travers les films, les séries et la réalité virtuelle, en fiction comme en documentaire	Production cinématographique	Vente et développement
QC_7	40/45 ans	École de commerce/gestion (BAC+5)	(Ec) Entreprise agroalimentaire spécialisée dans la création et la préparation de mets prêt-à-manger d'inspiration berbère marocaine	Agroalimentaire	Vente et développement
QC_8	40/45 ans	Biochimie (BAC +5)	(Es) Nanotechnologie pour rendre la découverte de médicaments plus rapide et plus rentable	Technologie Biochimie	Vente et développement
QC_9	40/45 ans	Histoire et Sciences Politiques (BAC +5)	(Es) Crée et diffuse des outils pédagogiques et des contenus d'éducation sexuelle qui contribuent à une meilleure connaissance	Pédagogie Inclusion	Recherche premiers clients
QC_10	40/45 ans	École de commerce/gestion (BAC +5)	(Ee) Innovation technologique pour le recyclage du polystyrène	Green Technologie	Vente et développement
QC_11	40/45 ans	Mathématique (BAC +8)	(Ec) Solution technologique permettant de proposer des parcours adaptatifs en perfectionnement de compétences, en se basant sur une analyse des données	Technologie Conseil	En cours de création
QC_12	45/50 ans	Lettres et Management (BAC +5)	(Es) Mise en relation d'experts avec des mentorés autour de plusieurs thématiques	Pédagogie Mentorat	Vente et développement
QC_13	30/35 ans	Journaliste et communication (BAC +5)	(Ee) Projet d'impact social sensibilisant aux enjeux de l'écologie numérique, notamment par la sobriété numérique	Conseil ESS	En cours de création

QC_14	40/45 ans	École de commerce/gestion (BAC +5)	(Ec) Site offrant une solution clé en main qui permet le match précis entre les besoins et caractéristiques des candidats, et ceux des employeurs	Conseil/RH	Vente et développement
QC_15	40/45 ans	Communication (BAC +5 ans)	(Ec) Gamme de services clé en main pour travailler sur la stratégie de communication, et le développement d'affaires	Conseil Communication	Recherche premiers clients
QC_16	30/35 ans	Lettre et droit (BAC +5 ans)	(Ee) Service de transport en commun vers la nature, plein air et parcs nationaux	Service transport	Vente et développement
QC_17	30/35 ans	Technologie de l'information (BAC +3ans)	(Es) Conception de matériel pédagogique attrayant et utilisable par tous, y compris par les éducateurs rencontrant des difficultés de mémoire, d'attention, et de compréhension	Pédagogie Communication	En cours de création