

De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes
Les transformations sur l'image de soi
Les conséquences sur la temporalité du projet

Typhaine LEBEGUE

Laboratoire ICI
UBO, IAE de Brest, France

Robert PATUREL

Professeur des Universités
Laboratoire ICI
UBO, IAE de Brest, France

typhaine.lebegue@hotmail.fr

En 2005, Levy et Zouiten nous présentaient la pertinence d'une approche centrée sur la singularité de l'entrepreneuriat féminin. Plus tard, en 2006, au vu des résultats de leurs recherches concernant le conflit de temporalité des femmes entrepreneures, ils argumentent pour la mise en place de réseaux d'accompagnement spécifiques aux femmes.

Une recherche menée par Emin et Boissin (2006) corrobore cette proposition puisque ces chercheurs mettent en lumière une intention entrepreneuriale moins importante chez les femmes.

Plus que de proposer un résumé des freins à la création d'entreprise, nous interrogeons le temps du projet au regard du rapport à soi. **Dans quelle mesure le projet de création d'une entreprise impacte l'image de soi des femmes et, par voie de conséquence, la temporalité mais également la réussite de l'installation ?**

L'objet de cette recherche est donc de présenter le conflit de temporalité provoqué par les transformations de l'image de soi observée par les femmes alors qu'elles mûrissent leur projet entrepreneurial. Nous verrons que ce dernier n'est pas sans conséquences et qu'il modifie considérablement l'image de soi de ces porteuses de projet par l'apparition de ce que nous qualifions de « tensions internes ». Celles-ci interfèrent non seulement sur le temps du projet, mais également sur le succès du démarrage. Pour conclure, nous attirons donc l'attention des structures d'accompagnement sur l'existence de ces « tensions internes invisibles ».

Thème 2 : entrepreneuriat féminin

Mots clés : entrepreneuriat féminin, tension interne, rapport à soi, intention entrepreneuriale, accompagnement.

Introduction

La recherche sur l'entrepreneuriat des femmes en France est très peu investie par les universitaires.

Si des thèses sur l'entrepreneuriat féminin au Cameroun ou en Iran ont été soutenues en France en 2006 et 2007, l'intérêt pour les entrepreneures françaises reste minime. Quelques communications d'auteurs y font toutefois références (Zouiten, 2004-2005, Levy, 2005, Emin, 2006).

L'insuffisance de travaux universitaires s'intéressant aux cas français est à l'image du faible engouement des pouvoirs publics envers cet enjeu économique que représente le développement de l'entrepreneuriat féminin.

En 1998, la Fiducial¹ met en place l'observatoire de l'entrepreneuriat féminin et propose des éléments de réflexions pour faire évoluer le nombre de femmes chefs d'entreprise. Pourtant, en 2006 (p.4), le président de Fiducial, Latouche conclut « *au cours de ces huit dernières années, en effet, les pouvoirs publics, le monde bancaire, les institutions de recherche et de formation, les médias...ont été largement sensibilisés à cette cause. Aucun encouragement n'est venu, aucun signe ne s'est manifesté qui fut de nature à m'amener à poursuivre l'effort entrepris* ».

Conséquence de cela ou simple coïncidence, les pouvoirs publics sont en train de mesurer l'ampleur du travail à accomplir en matière d'entrepreneuriat féminin. Commandée par l'APCE dans le cadre d'un projet devant durer 5 ans et destiné à développer l'entrepreneuriat féminin, une étude² révèle les caractéristiques des entrepreneures dans les PME et TPE de notre pays. Le 16 novembre 2007, Novelli³, le secrétaire d'Etat chargé des Entreprises et du Commerce extérieur, commente cette étude qui fait état des quelques éléments suivants.

Tout d'abord, il est important de retenir que 72% des entrepreneures ont 50 ans et plus contre 28% qui ont moins de 50 ans. L'ancienneté des entreprises des entrepreneures est aussi à considérer : 73% ont de 20 ans et plus (dont 39%, 30 ans et plus).

Selon l'INSEE, au 1^{er} janvier 2005, les PME et TPE de l'Industrie, du Commerce et des Services (ICS) représentent 2,613 millions d'entreprises. Alors que l'on comptabilise 81,398 PME et 2,532 millions TPE, les entreprises non employeurs sont au nombre de 1,530 millions.

Au vu de ces constats, Novelli préconise les trois mesures présentées ci-dessous :

- l'étude de l'élargissement des critères d'accès à l'aide au chômeur créateur ou repreneur d'entreprise (ACCRE) pour les femmes créatrices ou repreneuses d'entreprise ;
- la mise en place de formations à l'entrepreneuriat (ou à la création ou reprise d'entreprise) spécifiques aux femmes ;

¹ Fiducial est une firme pluridisciplinaire exerçant depuis plus de 35 ans ses activités de prestations et de conseils dans les domaines de la comptabilité, du droit des affaires, de la fiscalité, du droit social, de la gestion et de l'informatique auprès d'une clientèle de plus de 150 000 très petites entreprises (moins de 20 salariés). Depuis 1998, Fiducial s'est engagée dans un ensemble d'actions en vue de contribuer à la création et au développement d'entreprises par les femmes.

² Etude APCE 2007 « L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises » réalisée par la TNS Sofrès, auprès de 1600 PME et TPE, 19 p.

³ Communiqué de Presse du Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, 16 novembre 2007.

- La mobilisation et le soutien des réseaux d'accompagnement en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin.

Dans cette étude, nous portons notre attention sur les femmes en projet de création de TPE et, notamment, sur le rapport au temps de la future créatrice (« *J'ai besoin de temps* », « *j'aurai plus de temps pour mes enfants* », etc. ; tels sont les propos entendus lors de nos recherches). Actuellement, une abondante littérature témoigne du fait que les femmes tendent à concilier leur projet professionnel à leur projet de vie, devant ainsi négocier au mieux le temps dévolu à chacun.

Paturel et Levy (2005) avaient présenté l'existence de conflit de temporalité entre l'entrepreneur et les acteurs de son environnement ; plus tard, en 2006, Levy soutient que l'altruisme des femmes interfère sur le temps du projet.

Notre propos est de dépeindre le projet entrepreneurial au regard de l'image de soi des femmes et des évolutions qui s'y opèrent lors de la création.

L'image de soi renvoie au soi personnel qui englobe les aspirations, émotions, qualités et défauts, ainsi que la philosophie de la vie, les rôles, statuts et le sentiment de cohérence interne.

Comme le remarque Brizard (1993), « *elles n'ont pas dû braver les hommes, mais plutôt elles-mêmes* ». Nous verrons que le projet de création implique de nombreux changements sur l'image de soi, que nous qualifierons de « tensions internes ». La prévalence de ces tensions peut conduire les femmes à reconsidérer la date du démarrage. En outre, le démarrage ne signifie pas pour autant l'arrêt des tensions.

La problématique de cette recherche s'articule donc autour de la question suivante : **Dans quelle mesure le projet de création d'une entreprise impacte l'image de soi des femmes et, par voie de conséquence, la temporalité mais également la réussite de l'installation ?**

A partir de huit cas de femmes ayant créé et en nous appuyant sur une démarche qualitative, nous tenterons d'explorer les multiples dimensions du temps. Si le conflit de temporalité entre l'entrepreneur et les acteurs de son environnement de proximité, habituel ou spécifique (2006, Levy), est présent chez ces femmes, les **tensions dans le rapport à soi** provoquées par la création de leur entreprise influent aussi sur le temps de la création, sur le succès du démarrage et, inéluctablement, sur l'accompagnement.

Dans une première partie, le cadre théorique mobilisé est présenté. Ainsi, sont tour à tour appréhendées les approches conceptuelles du genre en entrepreneuriat et de l'image de soi.

La deuxième partie dévoile les aspects méthodologiques. L'analyse de la nouvelle image de soi des femmes entrepreneures au regard des tensions internes émergeant lors de la phase de projet et ses conséquences sur sa temporalité retiennent notre attention dans la troisième partie.

Quant à la quatrième partie, elle présente des voies de recherches futures au regard du modèle du comportement planifié de Ajzen (1987, 1991). En effet, comme l'a montré Filion (2008), le concept de soi impacte l'intentionnalité du porteur de projet.

1. Le cadre théorique mobilisé

L'analyse de la création d'entreprise et de ses conséquences sur la temporalité du projet à travers les transformations sur l'image de soi, mérite un approfondissement des concepts relatifs au genre en entrepreneuriat et de celui d'image de soi issu de la psychologie.

1.1. L'approche du genre

Peu d'auteurs français ont engagé une réflexion sur le genre en entrepreneuriat ; c'est, par conséquent, la littérature anglo-saxonne qui nous fournit les principaux jalons théoriques. Suite à une synthèse des travaux sur le genre, nous présentons les conclusions de deux études ayant trait à l'intention entrepreneuriale des femmes.

1.1.1. A la recherche du genre

L'approche par le genre nous amène à poser la question suivante : le sexe, homme ou femme, est-il un stigmate de notre identité comme pourraient l'être nos goûts vestimentaires ou nos loisirs, ou au contraire le sexe en est-il la caractéristique prédominante ?

Alors que le « sexe » renvoie à la signification biologique homme et femme, les frontières du genre sont plus floues et témoignent d'une construction sociale. Inné ou acquis, comment explique-t-on que les jeunes femmes se dirigent toujours plus vers les filières de la santé et de l'éducation alors que les portes des écoles d'ingénieurs en informatique leur sont grandes ouvertes ? Pourquoi « les jeunes femmes s'auto-éliminent en DEA et doctorat » ?

Selon la genèse, si Dieu a créé la femme, c'est pour sauver Adam de sa solitude. Eve n'a donc pas été conçue comme un être autonome, elle est l'Autre. La femme « *a dans son époux son origine et sa fin ; elle est son complément sur le mode de l'inessentiel* » (De Beauvoir, 1949, p.190). Si l'histoire de la femme révèle déjà une opposition par rapport à l'homme, c'est que le monde a été défini à travers des systèmes d'oppositions, le mal contre le bien, la vie et la mort, le Même contre l'Autre.

Les tenants du genre s'inscrivent dans plusieurs disciplines et confèrent à l'étude du genre des questionnements particuliers.

Selon Chancer et Watkins (2006, p.106) : « *l'approche sociologique nous explique comment la distinction s'est produite* ». Ces deux auteurs vont donc aller étudier la question de la construction du genre et de l'identité sexuée. Les renforcements différenciés tels que les choix d'activités, les jouets, les livres etc. sont des éléments importants à prendre en compte dans le développement de l'identité du genre. Cela permet de dire que l'identité n'est pas donnée mais construite, à travers les interactions, les liens avec autrui. Dans ce cas, les filles ne naissent pas fille, elles apprennent à le devenir. A ce propos, De Beauvoir (1949, p.285) écrivait « *on ne naît pas femme, on le devient* ». Selon Bourdieu (1998), la femme incorpore les valeurs dominantes construites par les hommes, et se pense donc naturellement comme un être dominé, c'est ce que l'on appelle la violence symbolique. Ce sociologue en appelle à une unité dans ces oppositions entre masculins et féminins, notamment entre disciplines scientifiques et littéraires. Celles-ci dissimulent l'antagonisme suprême entre la structure de l'espace domestique et l'espace social. Selon lui, seule la mise en évidence de la relation de l'une sur l'autre permettra d'appréhender les oppositions masculines, féminines, entachant notre société depuis toujours.

L'anthropologie (Chancer, Watkins, 2006, p.106) nous montre *pourquoi* les femmes ont été considérées comme le « sexe faible ». Selon Lévi-Strauss (cité par De Beauvoir, 1949, p.18), « *le passage de l'état de Nature à l'état de Culture se définit par l'aptitude de la part de*

l'homme à penser les relations biologiques sous la forme de systèmes d'oppositions : la dualité, l'alternance, l'opposition et la symétrie, qu'elles se présentent sous des formes définies ou des formes floues constituent moins des phénomènes qu'il s'agit d'expliquer que les données fondamentales et immédiates de la réalité sociale ». Levi-Strauss montre ainsi que toutes les sociétés fonctionnent sur des systèmes de classements, des systèmes d'oppositions qui se soutiennent mutuellement comme enfer/paradis, sec/humide, extérieur/intérieur etc. Puis, les différences entre les hommes et les femmes s'intègrent dans ce système : l'homme classé du côté du dessus, du sec, de l'extérieur et la femme classée du côté du dessous, de l'humide, de l'intérieur etc.

Quant à l'approche historique, elle nous explique le genre à travers « *l'évolution du mouvement féministe international* », tout en gardant à l'esprit que ce mouvement est pluriel et hétérogène.

En 1948, Mead avait déjà établi un système de catégorisation, séparant les traits de caractère des hommes et des femmes. Par l'élaboration de classements, la catégorisation est un processus permettant de simplifier le réel en attribuant à chaque groupe d'éléments des caractéristiques particulières. Ce processus aboutit au stéréotype qui est, selon Mosconi (1999), « *un ensemble de traits et d'attributs censés caractériser les membres d'une catégorie sociale* ». Ainsi, les stéréotypes de genre partagent notre monde social en deux univers distincts, masculin et féminin.

Il est indéniable que l'identité sexuée se construira toujours sur la base de la différence sexuelle. Celle-ci ne serait pas néfaste si elle n'était pas doublée d'une construction sociale des sexes. Il existe une distinction entre le sexe qui s'associe au biologique et le genre relevant de la différenciation sociale des sexes. Dans un article inhérent à la distinction entre le sexe et le genre, Delphy (2002) démontre que la notion de sexe et de genre renvoie au rapport entre division et hiérarchie avec une antécédence du second sur le premier. Selon cet auteur (2002), l'obstacle qui nous paralyse est de continuer à penser le genre en termes de sexe et de l'envisager comme une dichotomie sociale déterminée par une dichotomie naturelle.

1.1.2. Le genre en entrepreneuriat

La variable genre est-elle pertinente pour les études sur l'entrepreneuriat ?

Polémique, cette question a interpellé bon nombre de chercheurs qui ont proposé des pistes de réflexion. De Bruin et alii (2006, 2007) constatent que si le champ de recherche de l'entrepreneuriat se situe dans la phase adolescente, celui des études sur les femmes entrepreneures correspond à la période de l'enfance. Ainsi, ces domaines nous offrent de belles perspectives de recherches.

Un article récent (Gupta et Bhawe, 2007) conclut que la menace du stéréotype de genre diminue de façon significative l'intention entrepreneuriale des femmes les plus proactives. Les personnes les plus proactives font preuve d'initiative, savent identifier les opportunités, agir sur elles, et persévérer jusqu'à atteindre leur objectif. Elles solutionnent les problèmes, anticipent les changements dans leur environnement et tirent profit des possibilités qu'elles rencontrent pour faire progresser leur entreprise. Ces personnes aident aussi leurs proches collaborateurs à tirer le meilleur d'eux-mêmes afin d'influencer leur environnement. La recherche menée par ces deux auteurs démontre, une fois de plus, la puissance des stéréotypes négatifs sur les femmes. Les femmes les plus proactives sont les plus touchées par cette menace du stéréotype, sans conteste du fait de leur sensibilité au regard extérieur. Selon Croizet et Leyens (2003, p.120), « *ces stéréotypes sont si largement répandus dans nos*

sociétés que bien souvent, ils ne sont plus identifiés comme des croyances mais comme des faits établis ». Le modèle de l'entrepreneur étant toujours dépeint dans les médias à travers l'image d'un homme, l'on comprend que ces femmes soient les plus sujettes aux effets négatifs des stéréotypes décrits précédemment.

Les résultats d'une étude menée par Wilson et alii (2007) sur les relations entre le genre, l'efficacité personnelle et l'intention entrepreneuriale des jeunes femmes corroborent cette théorie. Ces chercheurs postulent que les jeunes femmes limitent leurs aspirations de carrières parce qu'elles sentent qu'elles n'ont pas les compétences requises. Des différences concernant l'efficacité personnelle entrepreneuriale persistent entre les hommes et les femmes et de même chez les jeunes femmes en MBA qui se destinent à une carrière dans le management.

A la lumière de ces travaux, nous interrogeons la notion de conflit de temporalité naissant simultanément au projet entrepreneurial, reconnu dans notre recherche comme affectant l'image de soi, concept que nous reprenons ci-dessous.

1.2. L'image de soi

L'approche de l'image de soi requiert comme préalable de définir le concept de soi.

Le concept de soi renvoie à la façon dont nous nous définissons. Le soi peut se définir, selon L'Ecuyer (1978, p.4) comme « *un ensemble de caractéristiques (goût, intérêts, qualités, défauts etc.), de traits personnels (incluant les caractéristiques corporelles), de rôles et de valeurs, etc., que la personne s'attribue, évalue parfois positivement et reconnaît comme faisant partie d'elle-même [...]* ».

L'Ecuyer (1990, p.16) perçoit alors plusieurs sois qui sont « *composés d'un ensemble très varié de perceptions que la personne éprouve au sujet d'elle-même [...] dont les contenus émergent à la fois de l'expérience personnelle et de l'influence des autres sur ses propres perceptions* ». Inspiré de plusieurs auteurs, notamment Bugental et Rogers, L'Ecuyer décompose le soi en cinq structures fondamentales : le soi matériel, personnel, adaptatif, social et le soi-non soi.

L'image de soi correspond à l'ensemble des images que l'individu attribue à lui même.

Tableau n°1 - La structuration du soi personnel

Structures	Sous-Structures	Définitions
Personnel	- Image de Soi - Identité de Soi	Le soi personnel englobe les aspirations, émotions, qualités et défauts, ainsi que la philosophie de la vie, les rôles et statuts, le sentiment de cohérence interne.

Source : R. L'Ecuyer : Modèle expérientiel-développemental du concept de soi (1990)

Selon le dictionnaire de psychologie « *l'image de soi renvoie aux perceptions et à l'évaluation que l'individu se fait de lui-même aux différentes étapes de son développement et dans les situations dans lesquelles il se trouve. Les psychologues et psychanalystes ont montré comment ces images se construisent à travers un jeu d'identification aux personnes de l'entourage ou à des figures héroïques, réelles ou imaginaires. Les images de soi dépendent aussi du regard et de l'évaluation que les autres portent sur l'individu* ». L'évaluation renvoyant aux termes d'estime de soi, il apparaît donc que l'image que nous avons de nous est

corrélée à l'estime de soi. Elle correspond au degré de satisfaction de l'individu en rapport à ce qu'il se perçoit de lui-même.

Le choix d'épouser une carrière entrepreneuriale peut impliquer des remaniements dans la perception de l'image de soi, notamment dans le jeu des identifications, la femme entrepreneure devant alors trouver de nouveaux modèles qui, force est de le constater, sont, la plupart du temps, masculins.

L'image de soi se construit également grâce aux interactions que l'on aura avec autrui. Rogers affirmait (cité par Perron, 1967, p.63) : « *la plupart des modes de comportements adoptés par l'organisme sont ceux qui sont cohérents avec la conception de soi* ». Le psychologue, Perron (1967, p.63) conclut en disant « *cela signifie que l'individu tend à choisir les activités, les attitudes, les réactions, qui concordent avec l'image qu'il se fait de lui-même, avec ce qu'il attend de lui-même ; et il tend à en interpréter le déroulement et l'issue en fonction de cette image* ».

Les femmes interrogées vivent leur première expérience entrepreneuriale, elles réalisent donc un virage « à 180° », aussi nous pourrions supposer que le rôle de créatrice d'activité ne se trouve pas en concordance immédiate avec l'image que la femme a d'elle-même au moment de ce changement professionnel.

Si l'idée que l'on a de nous-mêmes est parfois différente de ce que les autres perçoivent de nous, c'est qu'il existe un décalage. Ce que les êtres laissent paraître d'eux-mêmes représente parfois une partie infime de ce qu'ils sont. Pour beaucoup de personnes, l'espace intime ne peut être pénétré par tous et doit être préservé. Cela s'apparente au soi privé que nous opposons au soi public (pour les autres). Si ces deux images peuvent sembler antagonistes, il n'en reste pas moins qu'elles ne forment qu'une puisqu'il s'agit du même individu. Cette image correspond à l'image de soi. L'approche psychologique, avec les travaux de Rodriguez-Tomé distingue alors les images sociales et les images propres.

L'image propre désigne la représentation du soi telle que le sujet la perçoit, alors que **les images sociales** constituent la représentation du soi chez autrui telle qu'elle est perçue, anticipée ou reconnue par le sujet.

Selon Rodriguez-Tomé (1967, p.114), l'image sociale de soi est donc ce que « *le Moi sent qu'il est pour l'Autre* ». Assumant divers rôles dans la société, les images sociales sont donc multiples.

Parfois distinctes, l'image propre et les images sociales ne peuvent être opposées, car « *la conscience de soi réalise à tous moments une synthèse des images propres et des images sociales de soi* » (Bariaud et Rodriguez-Tomé, 1980, p.62). En outre, Gilly (1972) ajoute que ces deux images sont dépendantes l'une de l'autre, s'élaborant dans un rapport de complémentarité.

La socialisation du soi est ainsi appréhendée tant du point de vue de la réalité sociale extérieure que sous l'angle de l'expérience individuelle subjective (Mead cité par Tap, 1991). Lorenzi-Cioldi (1988) expose l'idée selon laquelle une femme éprouve davantage de difficultés qu'un homme à mettre en avant et à faire accepter la singularité du soi dans un contexte qui rend dominant l'autre groupe.

L'intérêt de l'approche de l'image propre et des images sociales pour cette recherche réside dans la compréhension des mécanismes de stéréotypes de genre et de l'impact des images sociales sur la poursuite d'un cursus professionnel impliquant encore une quantité plus conséquente d'hommes que de femmes.

La mise en perspective de la théorie de l'image de soi et des concepts relatifs au genre en entrepreneuriat nous conduit à établir une corrélation entre l'image de soi et la désirabilité.

Emin et Boissin (2006) mettent en lumière une moindre intention entrepreneuriale des étudiantes par rapport à leurs homologues masculins, les jeunes filles se déclarant moins capables de créer.

Bien que ces deux auteurs n'évoquent pas le concept d'image de soi pour expliquer l'intention entrepreneuriale, nous nous interrogeons pour notre part sur l'éventuelle relation entre les perceptions que l'individu se fait de lui-même et l'intention des porteuses de projet, plus fortement soumises à la pression des images sociales.

Se trouvant aux détours du chemin entrepreneurial, les femmes que nous avons interrogées vont devoir changer de statut d'où des ajustements à opérer dans leur soi personnel ou image de soi. Dans quelle mesure ces réajustements vont-ils peser sur le temps du projet et sur sa réussite ?

Avant de répondre à cette interrogation, allons naviguer dans les méandres méthodologiques de notre travail.

2. La méthodologie

En France, 30% des chefs d'entreprise actuels sont des femmes⁴.

En 2005 (Fouquet), la France enregistrait environ 95000 créations par les femmes. Plus de la moitié des femmes travailleuses indépendantes (55%) sont à la tête de micro-entreprises n'employant qu'elles-mêmes. Fouquet (2005) a effectué une étude sur les femmes chefs d'entreprises en France et a conclu à l'existence de motivations variées relatives aux types de structures créées. Les indépendantes à la tête de micro-entreprises sans salarié énoncent leur envie d'autonomie et de liberté dans le travail, le fait de pouvoir concilier vie privée et professionnelle, de gérer son temps. Quant aux employeuses, entendues dans l'enquête de Fouquet (2005) comme les femmes chefs d'entreprises qui ont au moins un salarié, elles affichent des motivations quelque peu différentes. « L'idée d'une activité à développer, la rencontre d'associés potentiels mais également l'association au projet d'un conjoint ou d'un autre membre de la famille sont des éléments déclencheurs ». Il est donc fondamental de ne pas confondre ces deux groupes de femmes entrepreneures. Parce qu'elle représente plus de la moitié des femmes chefs d'entreprise, la structure juridique micro-entreprise sans salarié a retenu notre attention pour appréhender l'arrêt du salariat au profit de la création d'activité.

2.1. Une recherche qualitative

En raison du caractère nouveau de l'objet de notre étude, nous la qualifions de recherche qualitative à visée exploratoire. Selon Wacheux (1996), « *la mise en œuvre d'un processus de recherche qualitatif, c'est avant tout vouloir comprendre le pourquoi et le comment des événements dans des situations concrètes* ».

Pour analyser les conséquences de la création d'entreprise sur l'image de soi et sur la temporalité du projet, l'entretien et l'observation s'avèrent être des instruments privilégiés. Les propos de Onana (2006) font écho à notre démarche lorsqu'il observe : « *Interroger les expériences des femmes entrepreneures apparaît finalement comme l'une des démarches les plus fertiles pour accéder à leurs réalités et leurs rationalités* ». C'est dans cette perspective que nous avons approché huit entrepreneures en pratiquant l'observation, combinée à des entretiens semi-directifs approfondis.

⁴ Etude APCE 2007 « L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises » réalisée par la TNS Sofrès, auprès de 1600 PME et TPE, 19 p.

2.2. La collecte et l'analyse des données

Conjuguant les entretiens aux observations, nous bénéficions d'une quantité satisfaisante de données pour notre problématique. Nous avons, en effet, piloté une observation longitudinale puisque, de part nos activités professionnelles, nous côtoyons la plupart de ces huit personnes depuis le début de leur projet entrepreneurial.

Huit entretiens semi-directifs d'une durée d'environ deux heures ont donc été conduits et retranscrits intégralement.

Quant à l'analyse des données, la méthode retenue est celle de l'analyse de contenu. « *L'analyse de contenu apparaît comme un ensemble de techniques d'analyse des communications utilisant des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages* » (Bardin, 2003). Nous avons porté notre intérêt sur l'analyse thématique qui consiste à collecter les informations des différents entretiens en les réunissant par thèmes, puis sous-thèmes.

Tableau n°2 – Présentation des entrepreneures

Caractéristiques	Cas A1	CAS A2	CAS A3	CAS A4
Situation de famille	Célibataire	Mariée 3 enfants	Séparée	Mariée 2 enfants
Age	48	38	37	38
Ancien emploi	Assistante de direction	Conductrice de travaux	Vendeuse Mère au foyer	Sage-femme
Nombres d'années de salariat	23	15	10	14
Activité	Organisation de voyages	Ecrivain public	Encadrement de photos et tableaux	Sage-femme libérale et formatrice
Statut	Travailleur indépendant Micro-entreprise	Entreprise Individuelle Profession libérale	Entreprise individuelle Travailleur indépendant	Profession libérale
Arrêt du travail salarié	Septembre 2005	Décembre 2004	Septembre 2004	Août 2006
Création de l'activité	Mai 2007	Mai 2005	Mai 2005	Septembre 2006

Caractéristiques	CAS A5	CAS A6	CAS A7	CAS A8
Situation de famille	En couple	Célibataire	Mariée 2 enfants	Mariée 1 enfant
Age	32	46	40	47
Ancien emploi	Journaliste	Responsable de production et des achats	Ingénieure	Secrétaire Couturière
Nombre d'année de salariat	6	20	17	18
Activité	Audio biographe	Organisation logistique de séminaires	Mosaïste d'art	Styliste
Statut	Portage salarial	Entreprise Individuelle	EURL	Entreprise Individuelle
Arrêt du travail salarié	Octobre 2004	Septembre 2004	Mars 2006	Novembre 2006
Création de l'activité	Mai 2006	Octobre 2005	Août 2007	Février 2007

3. Les résultats : les « tensions internes » de la création d'entreprise

La création d'entreprise fait suite, pour la plupart des femmes interrogées, à une activité salariale. Cette mutation professionnelle n'est pas sans conséquence sur la réussite du projet (Lebègue, 2008).

Chaque processus de création peut conduire à une séparation entre créateur et création, notamment par les aléas du processus qui feront que l'acteur va prendre ou refuser, aimer ou détester, être heureux ou malheureux et que son projet sera satisfaisant ou pas. Inlassablement, la créatrice fait des allers et retours et navigue dans les méandres du lancement d'activité : du doute à l'excitation, de l'envie au recul, etc.

L'image de soi renvoie au soi personnel qui englobe les aspirations, émotions, qualités et défauts, ainsi que la philosophie de la vie, les rôles, statuts et le sentiment de cohérence interne.

L'analyse empirique a permis de dégager 3 variables majeures, qualifiées de tensions internes. Influencée par ses émotions, son environnement et son expérience, l'entrepreneure en herbe sera confrontée à ces tensions modifiant l'image de soi, la temporalité du projet mais aussi la réussite du projet entrepreneurial.

3.1. La gouvernance de soi

Le lancement dans une activité entrepreneuriale interfère considérablement sur ce que nous désignons la gouvernance de soi. Au regard de trois facteurs : la responsabilisation de soi, la solitude et le changement de valeur, nous tenterons de montrer comment la gouvernance de soi est altérée lors du projet de création d'entreprise et dans quelle mesure elle impacte l'image de soi des huit porteuses de projet.

Tableau n°3 – La gouvernance de soi

Thématiques	Quelques verbatims
La responsabilisation de soi	- Je pense que c'est parce que justement pendant plus de 23 ans, j'étais dans une entité. J'étais derrière, je faisais mais c'était toujours le chef d'entreprise qui se mettait en avant. J'étais toujours en deuxième position (A1). - Or maintenant je suis responsable de A à Z de ce qui m'arrive d'agréable et de moins agréable (A1). - Ça a changé, je trouve que ça a changé et au-delà des troubles qu'il y a en ce moment, ça a changé parce que j'ai pris confiance en moi et qu'il y a des choses que je ne suis plus prête à accepter (A7). - Il y a un fonctionnement où tu dois obéir à tes chefs, la plupart de tes décisions sont couvertes, il y a une image parentale, le chef est le père. Ma surveillante était la vilaine marâtre de Blanche Neige, c'était une belle-mère et mon chef de service était un méchant beau-père mais c'était quand même une image paternelle (A4).
Le changement de valeur	- On devait me laisser du temps. Je venais d'une entreprise américaine dont les préoccupations majeures sont la rentabilité, le bénéfice à tout prix, du travail pour des fonds de pension américains, et dont l'objectif est toujours de dégager le plus de chiffre (A1). - J'ai aussi eu besoin de me reposer, car cela faisait au moins quatre ou cinq ans que je vivais dans le stress : on ne réfléchit pas, on va travailler, on rend des chiffres, et d'un seul coup tout s'arrête. Il faut alors s'adapter pour prendre du recul. Pour mon caractère, je ne pouvais pas embrayer immédiatement sur autre chose (A2). - C'est la plus grosse difficulté, quitter le cocooning de la fonction publique avec toute l'aura qu'il y a autour (A4).

Le fait de travailler seule	- Cela fait partie des inconvénients de travailler seule, c'est aussi lourd au quotidien parce qu'il faut se mettre un coup de pied toute seule pour y aller dans ce bureau (A1). - Le fait de travailler seule chez soi est un avantage comme un inconvénient. Moi j'ai été habituée à travailler en équipe, c'est-à-dire qu'il y avait toujours des gens autour de moi. Chez moi, je suis toute seule et je me suis aperçue que quand tu as toujours travaillé en équipe, quelque part, tu es conditionnée parce que 20 ans de milieu industriel ne s'oublie pas comme ça, il y a des traces et évacuer tout ça n'est pas facile. Je ne suis pas la seule, travailler toute seule est très difficile quand on a été habituée à communiquer (A6). - Il faut se débrouiller donc on est vraiment tout seul (A8).
------------------------------------	--

La solitude et la responsabilité de soi sont intimement liées. En effet, la conception du salariat impliquant très souvent, travail en équipe, contraintes horaires et tâches planifiées, doit être supplantée au profit d'une démarche plus autonome et responsabilisante.

A l'instar d'Ehrenberg (1991), nous postulons que la société a érigé les valeurs du modèle de l'action entrepreneuriale comme celles de la réussite sociale. « *Le point de vue de l'acteur domine désormais la mythologie de l'autoréalisation : chacun doit apprendre à se gouverner par lui-même et à trouver les guides de son existence en lui-même* » (Ehrenberg, 1991).

Mais après avoir été « conditionnée », l'appropriation de ces valeurs semble loin d'être évidente et demande parfois plusieurs mois.

Une des femmes interrogées qui était au préalable dans la fonction publique (A4), reconnaît avoir eu quelques difficultés à « couper le cordon » (voir ci-dessus).

Quant au **changement de valeur**, il correspond à l'illustration du tournant magistral qui se dessine dans l'aventure entrepreneuriale ; le fait d'arrêter de devoir en référer à son supérieur et de vivre parfois difficilement une hiérarchie, ne peut se concevoir sans un minimum de temps. Si certaines vont plus vite, à l'instar du cas A3, elles témoignent néanmoins du temps qu'il leur a fallu pour devenir chef d'entreprise et s'approprier les comportements usuels inhérents à cette fonction.

Devant opérer une double transformation à la fois d'activité et de statut, l'image de soi de ces femmes va s'en trouver modifiée. L'image que nous avons de nous est corrélée à l'estime de soi et correspond au degré de satisfaction de l'individu en rapport à ce qu'il perçoit de lui-même.

Ainsi, la porteuse de projet observe un sentiment paradoxal, à la fois de peur de devenir soudainement responsable de tout ce qui arrive et, dans le même temps, une exaltation et une appétence pour la liberté professionnelle.

3.2. La reconnaissance de ses potentialités

Les femmes qui optent pour l'entrepreneuriat ont, pour la plupart d'entre elles, vécu antérieurement une histoire salariale. Les huit femmes avec qui nous nous sommes entretenues observent cette réalité.

Plusieurs ont vécu un licenciement et le temps de la « reconstruction » est souvent perçu comme indispensable pour pouvoir envisager un nouveau projet. Les résultats de notre recherche tendent à montrer que le fait de se lancer dans la création d'entreprise a un effet positif et pousse les femmes à apprivoiser une nouvelle identité rapidement. Bien évidemment, le temps d'acceptation du licenciement dans le cas où il est subi est néanmoins souvent présent. Comme en témoigne le cas A7, chef de projet, elle a été licenciée et révèle avoir vécu quelques semaines de « flottements » avant de reprendre le dessus. Licenciée d'une entreprise qui se trouve en Mayenne, elle décide de venir s'installer dans sa maison secondaire qui se trouve en Bretagne et entreprend des travaux de rénovation. Le changement

de lieu et le fait de se lancer dans les travaux contribuent à une acceptation plus rapide de son licenciement. C'est d'ailleurs en faisant ses travaux que germe l'idée de créer une entreprise de Mosaïque d'art.

Tableau n°4 – La reconnaissance de ses potentialités

Thématique	Thématiques	
Temps de la transition professionnelle	Se défaire de ses peurs	Reconnaître ses compétences
Créer mon entreprise, prendre le temps (A6). J'ai été trop vite : prise de décision en novembre et création en mai (A3). Je n'aime pas quand les choses traînent, sinon je doute, mais j'ai eu des questionnements après (A2). Existe-t-il un schéma directeur de la création d'entreprise ? Je n'attends pas de réponse (A2). J'aurais pu aller plus vite, mais j'avais besoin d'une pause. Tout s'est interpenétré en l'espace de deux ans : privé et professionnel (A1). Je pense que la création d'entreprise, c'est un rapport à soi-même et ce n'est pas une question d'âge (A4). Ca a été un concours de circonstances, l'aboutissement d'une maturation (A4). J'avais besoin de temps. J'ai bien fait de partir au moment où je suis partie. Plus tard, je ne l'aurais pas fait parce que mon mental aurait dit « mais pourquoi fais-tu cela ? Tu n'es pas capable de ... et je ne serais pas partie de mon travail, ni n'aurais pensé à créer mon entreprise (A2). J'avais l'impression d'apprendre à marcher et qu'on me tenait la main (A5).	En tant que chef d'entreprise, il a fallu travailler réellement sur mes peurs (A2). Je me suis repositionnée, en tant que chef d'entreprise, à redécouvrir des choses. Il a fallu arrêter de faire certaines choses pour en refaire d'autres, et travailler réellement sur mes peurs (A2). Accepter le potentiel qu'on a en soi et puis lancer la première action : c'est vraiment le démarrage qui est important et qui fait peur (A3). Normalement les gens réfléchissent à leur projet, donnent leur démission puis enclenchent leurs premières actions. Dans mon cas, j'ai d'abord donné ma démission, nettoyé tout ce qui n'allait pas pour me sentir chef d'entreprise potentielle dans le voyage (A1). La notion de peur est toujours présente. Il y a des moments où j'ai la trouille de manquer. Il m'arrive de regretter d'avoir quitté la sécurité (A4).	Je reprends aussi l'image du bâton de pèlerin, qui avance lentement mais qui avance quand même. Je vais explorer toutes les zones d'ombres que je n'ai pas explorées dans ce projet, développer des compétences que je n'ai pas encore complètement développées (A5). Je souhaitais créer quelque chose autour du voyage, donc il a d'abord fallu que je fasse au préalable un travail sur moi. C'est ce qui prend le plus de temps (A1). Aujourd'hui je peux dire que je reconnais mon travail. Auparavant, quand je faisais des cadres, je trouvais que tout le monde pouvait le faire. Maintenant je me rends compte que j'ai vraiment quelque chose de particulier avec cette activité, j'ai vraiment quelque chose de nouveau à apporter. En fait, je reconnais mes compétences, je ne vais pas me sous estimer (A3). J'ai tendance à me dire qu'il me manque pleins de compétences dans pleins de domaines que de me dire je suis malgré tout déjà compétente sur telle et telle chose. J'ai plus tendance à mesurer mes manques que mes atouts (A5).

Les compétences sollicitées par la création d'une activité sont nombreuses et diffèrent de celles du salariat.

Un bon ouvrier ne fera pas toujours un bon chef d'entreprise. En accord avec cet adage, nous observons un autre phénomène qui est celui du changement de secteur d'activité. En effet, si pour deux de nos cas, le secteur d'activité de leur entreprise est proche de celui de leur ancienne vie professionnelle, les six autres ont approuvé un domaine différent. Ingénieur dans le domaine des cosmétiques, elle est aujourd'hui mosaïste d'art ; assistante de direction dans le froid industriel, elle est maintenant organisatrice de voyages, etc.

Une étude TNS Sofres commandée par l'Agence Pour la Création d'Entreprise en 2007 révèle que 48% des femmes entrepreneures étaient auparavant dans le même secteur d'activité contre 49% qui étaient dans un secteur différent.

« **Accepter le potentiel que l'on a en soi** ». Le cas A1 illustre parfaitement les tensions internes engendrées par la création de son entreprise. Il confirme également ce que proposait Brush. En 1992, ce chercheur présentait l'approche intégrée de l'entrepreneuriat féminin. Il déclarait que les femmes ne séparent pas les différentes sphères familiale, relationnelle et professionnelle, mais cherchent au contraire à créer des ponts, des liens entre elles. La perspective de Brush suggère donc l'existence d'une singularité de l'entrepreneuriat féminin. Pour cet auteur, l'étude de l'entrepreneuriat des femmes ne peut se départir de l'analyse de leur environnement et, notamment, de l'ensemble des relations sociales de la femme entrepreneure.

Ainsi, si cette femme a mis un certain temps à se lancer, c'est en partie parce que ses affaires sont fortement imbriquées dans sa vie personnelle. Les deux autres femmes témoignent également de la négociation qu'elles ont opérée pour concilier vie professionnelle et vie privée.

Le modèle des « 3 E » (Paturel, 2007) est ici une nouvelle fois visité avec E1 qui représente l'intention entrepreneuriale du porteur de projet, E2, les compétences à réunir pour le réaliser et E3 constitue l'environnement global, spécifique et de proximité favorable. Ces « 3 E » sont en interrelations et seule la combinaison finale des « 3 E » peut assurer le succès des projets (positionnement des projets au sein de la zone d'intersection ou de cohérence des « 3 E »).

Le concept de soi étant amené à se modifier au fur et à mesure des stades de la vie (L'Ecuyer, 1978), nous admettons que le rapport à soi sera profondément perturbé durant la phase de transition professionnelle, la future entrepreneure changeant d'intérêt, de rôle et parfois de valeur. Pour le cas A1, le passage d'une entreprise fortement préoccupée par ses profits à la création de son propre emploi, va conduire l'entrepreneure à redéfinir ses valeurs et ses rôles, interrogeant inéluctablement l'image de soi.

Lorsque la femme est installée, la problématique des potentialités et compétences n'est pas pour autant éludée, comme le confirme le cas A2 qui déclare « Je fais et je vois si je réussis ; à chaque fois, je vois que je peux faire donc je me dis : mais pourquoi tu ne parviens pas à te prendre pour une professionnelle ? » C'est pourquoi, dans cette recherche, nous n'avons pas souhaité limiter notre interrogation de la transformation de l'image de soi au moment de la phase du projet. Même si cette étape est critique, elle doit aussi être associée à la phase de démarrage de l'activité que nous estimons à deux ans.

Plusieurs des femmes ont exprimé le souhait d'investir leur domaine de créativité dans leur activité indépendante. Secrétaire, le cas A8 se forme au stylisme et crée son entreprise dans ce domaine. « Sur le plan artistique, à l'école, quand on nous demandait des travaux manuels ou du dessin, il n'y avait aucun souci. Toute petite, je faisais les habits de mes poupées par exemple ».

S. Denave (2006) déclare « *Être heureux dans son travail passe par l'actualisation d'une partie de ses dispositions [...] le changement professionnel peut correspondre à la résurgence d'un désir professionnel enfoui depuis plusieurs années* ». C'est ce que l'on observe donc chez ces femmes entrepreneures qui souhaitent désormais développer leurs compétences culturelles et artistiques afférentes à l'être plus qu'au faire. Elles poursuivent le but de « se faire plaisir, pour être épanouie et être bien avec elle-même » (cas A8). Pour autant, l'investissement de ses savoirs identitaires dans la voie professionnelle influe sur l'image de soi. Alors que pour six d'entre elles, leur ancienne profession engageait plus leurs compétences que leurs préférences (Herrmann, 1992), la plongée dans l'univers de leurs aspirations personnelles indissociables de leur être, peut remettre en cause les anciens rôles et provoquer des états de troubles sur leur sentiment de cohérence interne. Il est donc préférable

de travailler cela avant le lancement de l'activité afin de construire une nouvelle image de soi avec laquelle les femmes vont se sentir en complète harmonie.

3.3. L'acceptation du statut de chef d'entreprise

Tableau n°5 – L'acceptation du statut de chef d'entreprise

Thématiques	Verbatims
Statut de chef d'entreprise	- A l'heure actuelle, je me sens plutôt porteuse de projet même si je suis installée. Même quand je vais voir les banquiers, ils ne me regardent pas encore comme une chef d'entreprise. Mon entreprise a un nom bien sûr, elle s'appelle « L'île au voyage », mais pour l'instant j'ai du mal à parler en tant qu'île au voyage. Pour l'instant, je me découvre en tant que chef d'entreprise et je ne sais pas si je le suis (A1). - En fait, je ne me sens pas chef d'entreprise. Je travaille à mon compte et pour moi, avec plaisir et liberté, mais je ne suis pas chef d'entreprise. Je ne m'assimile pas aux chefs d'entreprise. J'ai eu du mal à me dire que je l'étais parce que je ne suis qu'en libéral et n'ai pas de structure telle que SA ou SARL. Je suis en libéral, je suis autonome, je suis en indépendant, je suis libre en fait ! (A2).

« **Accepter le statut de chef d'entreprise** » et, par conséquent, toutes les représentations et rôles qui lui sont attribués n'est pas une tâche aisée. Ces femmes ne se sentent pas encore chefs d'entreprise malgré le fait qu'elles soient à leurs comptes depuis plus de deux ans. Pour expliquer cela, elles invoquent le statut juridique d'indépendante en profession libérale qu'elles opposent à celui de la société, SA ou SARL. Cette thématique pose la question des représentations du chef d'entreprise et de ses impacts sur la formation de l'image de soi de ces femmes qui sont chefs d'entreprises mais qu'elles ne reconnaissent pas. Sammut (2003) remarque « *D'avantage donc qu'un savoir-faire (ou en complément de), le créateur va ou devra chercher, consciemment et/ou inconsciemment, un savoir-être* ».

Nous avons observé le conflit de temporalité de l'entrepreneure confrontée à elle-même au regard de ses conséquences sur l'image de soi et sur la réussite du projet.

Plus que tout autre activité, l'entrepreneuriat symbolise le fait de gouverner sa vie, de devenir quelqu'un en devenant soi-même (Ehrenberg, 1991).

Les cas 1, 5, 6, 7 témoignent de l'impact d'un conflit de temporalité au regard du projet, les créatrices ayant mis plusieurs mois avant de s'installer. Mues par des facteurs externes, les quatre autres femmes ont précipité la création de leur entreprise. Elles déclarent toutefois avoir eu des doutes suite au lancement. L'acceptation de ses potentialités et de ses compétences paraît sans conteste être le fondement de ce conflit. « Je pense que c'est ce qui prend le plus de temps, sentir les possibilités que l'on a en soi » (cas A1).

Comprendre l'impact de la création d'entreprise sur l'image de soi de ces femmes et sur la réussite du projet entrepreneurial, tel était notre objectif.

Lors du projet entrepreneurial, des variables sont repérées comme impactant considérablement l'image de soi. Nous qualifions ces variables de « tensions internes ». Elles concernent essentiellement :

- la gouvernance de soi ;
- la reconnaissance de ses potentialités ;
- l'acceptation du rôle et du statut de chef d'entreprise.

Ces tensions internes participent de la modification du rapport à soi et sont inéluctables lors de la création de son entreprise.

Les perceptions de soi des femmes peuvent contribuer à réduire leurs perceptions des opportunités. De Bruin et alii (2007) observent qu'au regard des perceptions de soi, les femmes peuvent à tort percevoir qu'elles n'ont pas les compétences requises pour la voie entrepreneuriale.

Non interrogées et travaillées, ces tensions surgiraient après le démarrage et pourraient avoir de douloureuses conséquences, le début de l'activité étant une phase très souvent critique pour la créatrice. Celle-ci doit, en effet, faire face à d'autres événements et tensions extérieures, auxquels il n'est nullement nécessaire d'adjoindre le conflit de temporalité de l'entrepreneure vis-à-vis d'elle-même.

Se sentir chef d'entreprise prend du temps, comme le prouvent ces femmes. Shapero, (1983, cité par Bruyat, 1993, p.414) remarquait qu'une des forces expliquant la création d'entreprise est la crédibilité de l'action : « *l'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et diriger une entreprise* ». Si cela peut être travaillé durant la phase de projet (le « E 1 » du modèle des « 3 E »), il est certain que seule la création ainsi que les actions menées par l'entrepreneure contribueront à asseoir et à affirmer leur nouvelle position. « Plus je ferai, plus je serai chef d'entreprise, il faut que je passe à l'action ».

Au regard d'une prise de conscience de ses potentialités, de ses compétences, d'un nouveau statut qu'est celui de chef d'entreprise, d'une nouvelle négociation de ses temps de vie et, par conséquent, de ses rôles, la création d'entreprise modifie l'image de soi des femmes. Evoluant de l'univers relativement protégé de la fonction publique à celui de l'entrepreneuriat, une des femmes témoigne notamment de l'émancipation professionnelle dont elle a fait preuve afin de conclure sa première vie professionnelle au profit de la naissance d'une activité indépendante. Il est, bien entendu, que celui-ci évolue tout au long d'une vie, mais la « dynamique de changement créatrice » provoque un conflit dans le rapport de soi de ces femmes. Un temps est donc nécessaire afin de travailler ces tensions naissantes, de les analyser et d'accepter son nouveau « soi ». Véritable tournant, la création d'entreprise renvoie à **une émancipation professionnelle**, passer de la deuxième à la première place, devenir responsable de tout ce qui vous arrive professionnellement, s'autoriser à endosser le « costume » de chef d'entreprise, etc. Voici des faits qui renvoient au « rapport à soi ». La création d'entreprise a donc un fort impact sur l'image de soi des femmes avec qui nous nous sommes entretenues.

Loin d'être exclusivement professionnelle, l'émancipation revêt d'autres formes, notamment familiale ou financière qui méritent notre attention. Dans cette perspective, nous réaliserons des investigations supplémentaires afin d'approfondir cette thématique de l'émancipation dont la pertinence est, selon nous, évidente. Force est de constater que l'environnement familial de l'entrepreneure joue un rôle essentiel, les femmes entrepreneures devant mettre en adéquation cet environnement de proximité avec le projet de création et les autres « E » du modèle pour réussir. Toutefois, cette démarche n'est pas toujours évidente, comme en témoignent les 8 femmes interrogées.

4. Voies de recherche future

Comme indiqué lors de la présentation de notre cadre théorique, l'image de soi pourrait agir sur l'intention des porteuses de projet.

Filion (2008, p.28) remarque que « *la façon dont s'organise le concept de soi semble fortement inter-relié à des champs d'intérêt qui orientent l'intentionnalité* ».

Nos résultats ont montré l'apparition de trois tensions internes qui participaient à la modification de l'image de soi des futures entrepreneures, ces tensions pouvant engendrer un conflit de temporalité chez la femme, voire une mise en péril du projet.

Au terme de notre réflexion théorique, nous avons exposé la proposition selon laquelle l'intention pouvait être corrélée à l'image de soi.

Dans cette optique, sont présentées ci-dessous les voies de recherches futures au regard du concept d'intention défini par Ajzen (1991). Le rapprochement avec les modèles d'intention semble, en effet, constituer une perspective de recherche intéressante.

La théorie du comportement planifiée présentée par Ajzen développe trois variables pour décrire le processus de l'intention entrepreneuriale.

Selon cet auteur, l'intention de créer une entreprise dépend de son attitude envers la création, de sa perception des normes sociales et du sentiment de facilité ou difficulté de mener à bien le processus de création d'une entreprise.

Il est aussi fréquent d'évoquer la notion de désirabilité et de faisabilité alors proposées par Shapero pour expliquer l'intention de créer une entreprise. La notion de désirabilité se rapporte aux deux premiers indicateurs développés par Ajzen, la faisabilité, quant à elle, fait référence au « contrôle comportemental perçu » qui constitue le troisième indicateur du modèle du comportement planifié (Ajzen, 1991). Le modèle de Shapero préconise que les fondateurs perçoivent l'entrepreneuriat comme une autre carrière professionnelle crédible par rapport au salariat. La crédibilité dépend du fait que la création d'entreprise est dans le même temps désirable et faisable.

Comme le soulignent Emin et Boissin (2007, p.4), « *la théorie du comportement planifié est mieux adaptée aux comportements contrôlés par l'individu et aux comportements pour lesquels il existe un court décalage temporel entre l'intention et le passage à l'acte* ».

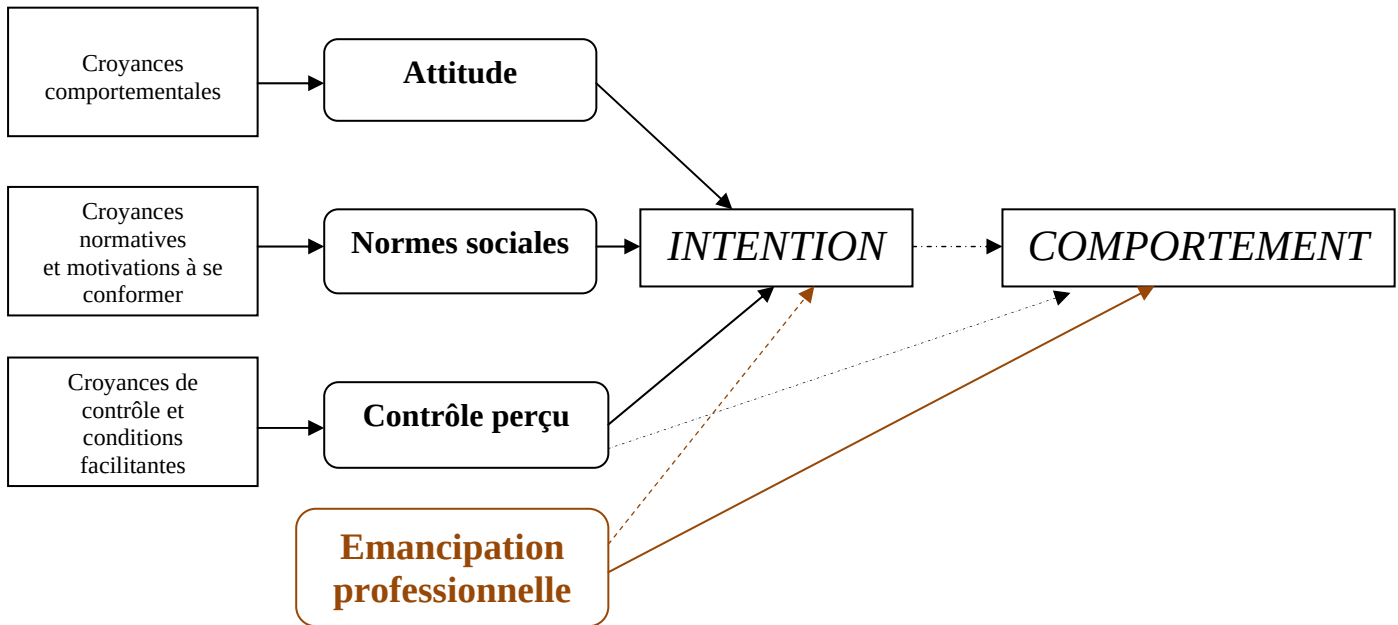
Dans notre étude, nous nous intéressons aux femmes en projet de création, par conséquent, le temps qui les sépare du passage à l'acte de création est relativement court.

Les intentions sont appréhendées comme les antécédents immédiats du comportement, or notre projet de notre recherche se situe davantage dans la compréhension du processus entrepreneurial faisant passer la femme de l'intention à la création de sa société. Dans la mesure où l'acte de création succède à l'intention, nous observons que l'attrait pour la création d'entreprise est présent et la norme sociale dépassée, le « contrôle perçu » étant encore à travailler.

Les résultats de notre recherche qualitative s'accordent d'ailleurs avec le modèle de Ajzen, les entrepreneures percevant encore des difficultés dans l'acte de création lui-même.

Considérant l'émancipation professionnelle comme la réunion des trois tensions internes évoquées dans nos résultats, nous proposons d'introduire une nouvelle variable dans le modèle de Ajzen.

Figure n° 1 - L'émancipation professionnelle de la femme en projet entrepreneurial



Source : Auteur adapté de Ajzen (1987, 1991)

L'émancipation est ici ajoutée aux trois variables du modèle du comportement planifié. L'émancipation, explicitée dans la troisième partie de notre recherche, se réfère au fait de s'autoriser à devenir entrepreneure. Comme nous le voyons dans le schéma ci-dessus, plus que sur l'intention entrepreneuriale, l'émancipation influe sur le comportement. Nous pouvons dire que l'émancipation agit de manière indirecte sur l'intention mais plus encore sur le comportement, car c'est à ce moment que peut être mesurée l'émancipation. C'est en effet lors du passage de l'intention à la création que nous saurons si la porteuse de projet s'autorisera à devenir chef d'entreprise. L'émancipation professionnelle est celle qui est la plus perceptible, mais elle en dissimule d'autres de natures différentes, notamment l'émancipation financière et familiale. Nous dirons que l'émancipation professionnelle se situe en amont de beaucoup d'autres natures d'émancipation qui feront bien évidemment l'objet d'études complémentaires.

Ceci est une piste de recherche que nous pensons fructueuse et que nous allons bien évidemment approfondir par l'examen d'autres cas de femmes entrepreneures.

Conclusion

La recherche exploratoire que nous avons menée interrogeait les transformations de l'image de soi des femmes en projet de création et les conséquences sur la temporalité du projet, mais également sur sa réussite.

Le projet de création d'entreprise ne s'effectue pas sans quelques résistances que nous avons appelé « tensions internes ». Nous en avons identifiés trois qui sont la gouvernance de soi, la reconnaissance de ses potentialités et l'acceptation du statut de chef d'entreprise.

L'originalité de cette étude réside dans la compréhension de la relation entre le projet de création d'entreprise et les bouleversements sur l'image de soi des femmes. En accord avec De Bruin et alii (2007) qui mettent en exergue le lien entre les intentions entrepreneuriales et les perceptions personnelles, nous observons que le processus entrepreneurial participe d'une modification de l'image de soi par l'apparition de « tensions internes », lesquelles en retour influent sur la temporalité mais également sur la réussite du projet.

La question sous-jacente est celle de l'émancipation professionnelle des femmes en projet d'entrepreneuriat. Est-ce que je suis légitime et quand serai-je légitime ? Ai-je les compétences pour créer une activité ? Est-ce que je me reconnais comme chef d'entreprise et quand vais-je me reconnaître ? Ai-je le droit d'impacter ma vie personnelle avec ce projet de création d'entreprise et quand vais-je me donner ce droit ?

En terme managérial, cette recherche vise le monde de l'accompagnement. Bien que prépondérantes lors du projet entrepreneurial, les « tensions internes » ne font pas l'objet aujourd'hui d'une véritable attention des entrepreneures vis-à-vis d'elles-mêmes ni de leurs accompagnateurs. Sensibilisés à cette problématique, les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise pourraient éventuellement la travailler en amont et ainsi éviter que les tensions ne viennent entacher le démarrage de l'activité. Une étude spécifique aux femmes semble justifiée, les stéréotypes de genre étant encore prégnants dans le domaine économique, ils peuvent amplifier le conflit de temporalité de l'entrepreneure vis-à-vis d'elle-même.

D'un point de vue méthodologique, plusieurs limites se dégagent. L'échantillon de huit entrepreneures ne rend pas compte de la diversité des réalités entrepreneuriales féminines.

Si le genre est une variable permettant d'appréhender la diversité des états entrepreneuriaux, nous devons admettre « la diversité dans le genre ». En effet, les femmes entrepreneures ne constituent pas un groupe homogène (Cornet et Constantinidis, 2004, De Bruin et alii, 2007) ; aussi et pour saisir pleinement les enjeux du processus entrepreneurial féminin, nous procéderons à l'analyse d'échantillons variés de porteuses de projet.

Notre travail n'en est qu'au stade exploratoire et s'oriente vers un approfondissement au travers d'autres études de cas et de la prise en compte de variables supplémentaires affectant la temporalité du projet entrepreneurial. Il nous incombe donc de poursuivre nos recherches dans ce sens. C'est d'ailleurs notre dessein à travers un approfondissement des voies de recherches futures évoquées dans la dernière partie de notre présentation.

BIBLIOGRAPHIE

- Bardin L. (2003), L'analyse de contenu, Paris, Puf.
- Bariaud F. et Rodriguez-Tomé H. (coord.) (1980), La structure de l'identité à l'adolescence, Paris, Privat, Tap P. Identité et personnalisation.
- Boissin J. P. et Emin S. (2006), Une moindre fibre entrepreneuriale chez les femmes dès l'université ? in 8^{ème} CIFEPME Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME.
- Bourdieu P. (1998), La domination masculine, Paris, Seuil.
- Brizard C. (1993), Le défi féminin, Paris, Duchamp/Chevalier.
- Brush C.G. (1992), Research on Women Owners past trends, a new perspective and future direction, Entrepreneurship Theory and Practice, Summer, 5-30.
- Bruyat C. (1993), Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France.
- Chancer L. et Watkins X. B. (2006), Gender, Race and Class An Overview, United Kingdom, Blackwell Publishing.
- Conseil économique et social. (2007), La place des femmes dans les lieux de décision : promouvoir la mixité.
- Cornet A. et Constantinidis C. (2004), Entreprendre au féminin, une réalité multiple et des attentes différenciées, Revue Française de Gestion, n°151, 191-204.
- Croizet J. C. et Leyens J. P. (2003), Mauvaises réputations : Réalités et enjeux de la stigmatisation sociale, Paris, Armand Colin.
- De Beauvoir S. (1949), Le deuxième sexe 1, Paris, Gallimard.
- De Bruin A. et Brush C. et Welter F. (2007), Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, May, 323-339.
- De Bruin A. et Brush C. et Welter F. (2006), Introduction to the special issue : towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, September, 585-593.
- Delphy C. (coord.) (2002), Sexe et genre de la hiérarchie entre les sexes, Paris, Cnrs Editions. Hurtig M. C. et Kail M. et Rouch H. Penser le genre, quel problème, 89-103.
- Denave S. (2006), Les conditions individuelles et collectives des ruptures professionnelles, Cahiers internationaux de sociologie, n° 120, 85-110.
- Ehrenberg A. (1991), Le culte de la performance, Paris, Hachette.
- Fouquet A. (2005), Les femmes chefs d'entreprises, le cas français, Travail, genre et sociétés, n°13.
- Gilly M. (1972), Image propre et images sociales, Bulletin de psychologie, n° 301, 792-806.
- Glaser B., Strauss A. (1967), The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research, London, Wiedenfeld and Nicholson.
- Gupta V. K. et Bhawe N. B. (2007), The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions, Journal of leadership and organizational studies, 13, 4, 13p.
- Herrmann N. (1992), Les dominances cérébrales et la créativité, Ed Retz.
- Hlady-Rispal M. (2002), La méthode des cas application à la recherche en gestion, Bruxelles, De Boeck Université.
- Lebègue T. (2008), Discontinuité de l'expérience professionnelle. L'entrepreneuriat féminin : regard sur le passage du salariat à l'entrepreneuriat, communication au 2^{ème}

colloque international sur le temps COM-ICI « Rupture, finitude, mort et management », Brest, 25 juin 2008. CD-Rom.

- L'Ecuyer R. (1990), Le développement du concept de soi de 0 à 100 ans : cent ans après William James, Québec, Presses de l'université de Sherbrooke.
- L'Ecuyer R. (1978), Le concept de soi, Paris, Puf.
- Levi-Strauss C. (1990), La pensée sauvage, Paris, Agora.
- Levy-Tadjine T., De Freyman J., Paturel R. (2005), Les conflits de temporalité dans le processus entrepreneurial, communication à la 1ère conférence internationale COM-ICI « Les valeurs du temps dans le développement des organisations », Brest, 1er Décembre 2005. CD-Rom.
- Levy-Tadjine T. et Zouiten J. (2005), Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement spécifique entrepreneurial spécifique ?, in 4^{ème} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat.
- Levy-Tadjine T. et Tokatliogly S. et Zouiten J. (2006), L'entrepreneuse et le temps Entrepreneuriat féminin accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs., in 8^{ème} CIFEPME Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME.
- Lorenzi-Cioldi F. (1988), Individus dominants et groupes dominés: images masculines et féminines, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Malewska-Peyre H. et Tap P. (1991), La socialisation de l'enfance à l'adolescence, Paris, Puf.
- Marlino D. et Kickul J. et Wilson F. (2007), Gender, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions : Implications for Entrepreneurship Education, Entrepreneurship, Theory and Practice.
- Mead M. 1948 (1998), L'un et l'autre sexe, Sarthe, Denoël Gonthier.
- Miles M. B. et Hubermann M. A. (2003), Analyse des données qualitatives, Bruxelles, De Boeck.
- Mosconi N. (coord.) (1999), Les recherches sur la socialisation différentielle des sexes à l'école, Paris, L'harmattan. Lemel Y. et Roudet B. Filles et Garçons jusqu'à l'adolescence, 84-145.
- Onana F. X. (2006), Motivations et modes de gestion des femmes entrepreneurs au Cameroun : une étude exploratoire, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Douala et Université Montesquieu-Bordeaux IV.
- Paturel R. (2007), Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat, Revue Internationale de Psychosociologie, 27-43.
- Paturel R. (2007), « Démarche stratégique et performance des PME », chapitre 30 de l'ouvrage Management des PME, de la création à la croissance, sous la direction de Louis-Jacques Fillion, Pearson Education, 429-443.
- Plane J. M. (2003), Management des organisations théories concepts cas, Paris, Dunod.
- Perron R. (1967), La conception de soi comme facteur de développement, Psychologie Française, 58-64.
- Rodriguez-Tomé H. (1967), Unité et diversité de l'image de soi chez des adolescents, Psychologie Française, 114-123.
- Sammut S. (2003), L'accompagnement de la jeune entreprise, Revue française de gestion, n° 144, 153-164.
- Tap P. Malewska-Peyre H. (1991), *La socialisation de l'enfance à l'adolescence*. Paris, PUF.
- Thietard R. A. (2003), Méthodes de recherche en management, Paris, Dunod.
- Wacheux F. (1996), Méthodes qualitatives et recherche en gestion, Paris, Dunod.