

MA-6-T-VA PAS CRACK-ER L'intention entrepreneurial de 6 femmes dans les quartiers

Amélie Notais, Julie Tixier

► **To cite this version:**

Amélie Notais, Julie Tixier. MA-6-T-VA PAS CRACK-ER L'intention entrepreneurial de 6 femmes dans les quartiers. @GRH, De Boeck Supérieur 2014, 2 (11), pp.115-140. hal-01127823

HAL Id: hal-01127823

<https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01127823>

Submitted on 8 Mar 2015

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

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

MA-6-T-VA PAS CRACK-ER
L'INTENTION D'ENTREPRENEURIAT SOCIAL DE 6 FEMMES DANS LES
QUARTIERS

Amélie Notais Maître de Conférences RITM Université Paris Sud amelie.notais@u-psud.fr	Julie Tixier Maître de Conférences IRG EA 2354 Université Paris-Est Marne julie.tixier@u-pem.fr
---	---

Abstract

Social entrepreneurship in sensitive areas represents a major societal issue. Women entrepreneurs, contrary to the classical cliché, could take up this challenge. This research analyses life stories of six women, met in the heart of the “cité des Quatre-Mille”, a deprived area in the city of La Courneuve, to highlight social entrepreneurial intention. Several questions arise. Is this entrepreneurial intention specific? Could we analyse these characteristics support the creation of social enterprise?

After a literature review focused on the three specificities of those women (gender, social entrepreneurship, and entrepreneurship in deprived area context), a conceptual framework and operational descriptors of entrepreneurial intention are proposed. Empirical results underline that the entrepreneurial intention of women is essentially based on a desire to improve their every day life and their immediate environment. The life stories emphasize a desire for economic emancipation and social motivations deeply anchored in their territory rather than in their cultural roots.

Keywords :

Social entrepreneurship, women entrepreneurs, deprived areas, entrepreneurial intention

MA-6-T-VA PAS CRACK-ER

L'INTENTION D'ENTREPRENEURIAT SOCIAL DE 6 FEMMES DANS LES QUARTIERS

Résumé :

Le développement de l'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers dits sensibles ou prioritaires représente un enjeu sociétal majeur. Plus qu'un challenge c'est bien souvent une utopie qui se dessine quand on recoupe ces thèmes car l'entrepreneuriat féminin révèle des spécificités, des singularités qui s'avèrent souvent des handicaps (Cornet & Constantinidis, 2004). Ce constat est ici pris à contre-pied en s'appuyant sur les travaux d'Alter (2012). Cet auteur propose dans son ouvrage, *La force de la différence*, une thèse intéressante. A partir des itinéraires de patrons atypiques, il tente de comprendre comment les « différents » parviennent à « *transformer l'identité pour soi en identité sociale, ce qui suppose de reconnaître sa différence, de la faire accepter par les normaux et les autres différents.* » (Alter, 2012, p. 38). Il démontre la possibilité d'inverser et de réinventer son destin, d'échapper aux mécanismes de reproduction et/ou de discrimination. Il creuse ainsi l'idée que sous certaines conditions, la différence peut devenir une force. C'est dans cet esprit que cette recherche s'intéresse à des entrepreneurs « différents ». Différents puisque ce sont des femmes (souvent issues de l'immigration), qui vivent dans des quartiers et souhaitent y entreprendre autrement. Les récits de vie de six femmes engagent une réflexion pour mieux saisir leur intention d'entreprendre socialement. Plusieurs questions se posent alors. Cette intention entrepreneuriale présente-t-elle des spécificités ? L'analyse de ces spécificités pourrait-elle guider un mode d'accompagnement adapté à la création d'entreprise sociale ? Après une revue de littérature sur les trois sources de spécificités/différences de ces entrepreneures, un cadre conceptuel et des descripteurs opérationnels de l'intention entrepreneuriale sont proposés. Ce cadre est confronté aux récits de vie de six femmes rencontrées au cœur de « la Cité des 4000 » de la Courneuve. Leurs histoires témoignent d'un désir d'émancipation économique et de motivations sociales profondément ancrées dans leur territoire.

Mots-clé : Entrepreneuriat social, entrepreneuriat féminin, intention entrepreneuriale, quartiers

MA-6-T-VA PAS CRACK-ER

L'INTENTION D'ENTREPRENEURIAT SOCIAL DE 6 FEMMES DANS LES QUARTIERS

Amélie Notais RITM Université Paris-Sud	Julie Tixier IRG EA 2354 Université Paris-Est Marne
---	---

Introduction

« *L'entrepreneuriat féminin reste insuffisamment développé dans la plupart des pays de l'OCDE. En France, la part des femmes dans l'entrepreneuriat est de l'ordre ou inférieur à 30 % quelle que soit la mesure retenue (créateurs, dirigeants, auto-entrepreneurs, indépendants...) et la dynamique favorable observée en matière de créations d'entreprises ces dernières années n'a pas vu évoluer significativement ces chiffres.* » (Bernard, Le Moign, Nicolai, 2013, p. 9). Ce constat du centre d'analyse stratégique est partagé par la ministre du droit des femmes, Najat Vallaud-Belkacem, qui a proposé il y a quelques mois un plan assumé de discrimination positive. L'objectif de ce plan est de faire progresser de dix points la part des femmes créatrices d'entreprises.

Parallèlement, depuis les années 90, de nouvelles façons d'entreprendre émergent. Des entrepreneurs se distinguent par leurs objectifs et leurs motivations. Moins guidés par le profit que par la réponse aux besoins sociaux qu'ils apportent, ils proposent une nouvelle façon de concevoir l'entreprise, sa performance et son environnement. L'entrepreneuriat social s'est ainsi développé à la fois au niveau théorique et, surtout, au niveau de la diffusion des pratiques. C'est en ce sens que l'association du MOUVES qui regroupe plus de 200 entrepreneurs sociaux s'est rapidement déployée.

Cette forme d'entrepreneuriat semble prendre sens dans un ancrage territorial spécifique (Kwong *et al.*, 2012). Le contexte des quartiers, porteur de nombreuses problématiques sociales, constitue par exemple, un terreau fertile de l'entrepreneuriat social. *"L'entrepreneuriat est indéniablement une façon pour les jeunes de banlieue de contourner les discriminations sur le marché du travail, explique Joël Pain, directeur de PlaNet Finance dans un article de Nahapétian d'Alternative Economique 2014. Nous entendons le terme de quartier en référence à la description de Veillard-Baron (2011). Dans son analyse des concepts de banlieue, quartier et ghetto, cet auteur définit chaque terme et son évolution en fonction de l'usage qui en est fait à la fois dans les politiques publiques et l'acceptation du terme. Il considère que la notion de quartier représente une granularité de la ville qui met en avant les réseaux sociaux et les échanges. En ce sens, l'échelle du quartier a été privilégiée par les politiques publiques : « Les concepteurs de la politique de « la ville » (il faudrait mieux dire de la politique « des quartiers ») ont considérablement valorisé l'échelle locale, comme si un cadre géographique concret et limité pouvait être un facteur correctif des inégalités, tout au moins un élément compensateur des handicaps économiques et culturels touchant la population. » Veillard-Baron (2011, p.11). Pour les politiques, la question de l'accès à l'emploi dans les quartiers est centrale. Bacq et Jansen (2008) soulignent l'enjeu actuel de la croissance des entreprises sociales qui font « utilement le lien entre privé et public » (p. 155) et peuvent être considérées comme des solutions à divers problèmes sociétaux*

comme le chômage, les inégalités d'accès aux soins, la pauvreté ou encore l'exclusion sociale. Ainsi, les projets d'entrepreneuriat social s'inscrivent bien souvent comme des relais de l'Etat, des formes de délégation de service public (Di Domenico *et al.*, 2009a in Kwong *et al.*, 2012).

Une étude britannique (Harding, 2004) révèle que les femmes et les entrepreneurs issus des minorités ethniques semblent plus susceptibles de devenir des entrepreneurs sociaux. A la croisée de ces chemins, nécessités politique et sociale, les sociologues soulignent l'importance du rôle des femmes dans l(a)es cité(s) (Kokoreff, 2000 ; Lapeyronnie & Kokoreff, 2013). Développer l'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers dits sensibles ou prioritaires représente donc un enjeu sociétal majeur, puisque l'entrepreneuriat féminin révèle des spécificités qui s'avèrent souvent des handicaps (Cornet & Constantinidis, 2004).

Alter (2012) propose dans son ouvrage, *La force de la différence*, une thèse intéressante, lorsqu'il revient sur l'itinéraire de patrons atypiques et tente de comprendre comment les « différents » parviennent à « *transformer l'identité pour soi en identité sociale, ce qui suppose de reconnaître sa différence, de la faire accepter par les normaux et les autres différents.* » (Alter, 2012, p. 38). Il démontre la possibilité d'inverser et de réinventer son destin, d'échapper aux mécanismes de reproduction et/ou de discrimination. Il creuse ainsi l'idée que sous certaines conditions, la différence peut devenir une force.

Dans cet esprit, nous nous sommes intéressées à des entrepreneurs « différents ». Différents puisqu'il s'agit de femmes (souvent issues de l'immigration), qui vivent dans des quartiers et souhaitent y entreprendre autrement.

Les récits de vie de six femmes engagent une réflexion pour mieux saisir l'intention d'entreprendre socialement des femmes des quartiers. Plusieurs questions se posent alors. Cette intention entrepreneuriale présente-t-elle des spécificités ? L'analyse de ces spécificités pourrait-elle guider un mode d'accompagnement adapté à la création d'entreprise sociale ?

Après une courte revue de littérature sur les trois sources de spécificités/différences de ces entrepreneures, un cadre conceptuel et des descripteurs opérationnels de l'intention entrepreneuriale des entrepreneures sociales est proposé. Ce dernier est confronté aux récits de vie de six femmes rencontrées au cœur de « la Cité des 4000 » de la Courneuve. Leurs histoires témoignent d'un désir d'émancipation économique et de motivations sociales profondément ancrées dans leur territoire. Nous analyserons ici les éléments constitutifs de différences au sens d'Alter (2012) pour comprendre s'ils deviennent dans ce contexte spécifique de l'intention entrepreneuriale des forces qui soutiennent l'accomplissement de ce challenge.

1. L'entrepreneuriat sous différentes facettes : une réalité plurielle

L'acte d'entreprendre que nous étudions comporte différentes facettes. Tout d'abord, nous nous intéressons aux spécificités de l'entrepreneuriat social (comment ?). Nous analysons ensuite l'entrepreneuriat féminin (qui ?) et étudions enfin son contexte (où ?). Les facettes de notre objet éclairées, nous définissons l'intention entrepreneuriale, moment clé du processus de création d'entreprise. Ces différents prismes construisent

notre cadre d'analyse de l'intention d'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers.

1.1. L'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers : trois spécificités entrepreneuriales

1.1.1. L'entrepreneuriat social : une nouvelle forme d'entreprendre dans la société

L'entrepreneuriat social représente un mode d'entrepreneuriat de plus en plus fréquent dont la presse fait largement écho. Toutefois, la littérature académique présente de multiples définitions de ce concept en fonction de son contexte. En effet, la littérature nord-américaine, notamment l'article de Zahra *et al.* (2009) recense une vingtaine d'interprétations du concept. Les auteurs proposent alors la définition suivante : « *L'entrepreneuriat social englobe les activités et les processus entrepris pour découvrir, définir et exploiter les possibilités afin de renforcer la richesse sociale par la création de nouvelles entreprises ou la gestion des organisations existantes d'une manière innovante.* » (Zahra *et al.*, 2009 : 522)¹.

Dacin *et al.* (2010) insistent sur le dénominateur commun des définitions : la création de valeur sociale par l'entrepreneur. Dans son acception européenne, la notion d'entreprise sociale repose également sur la finalité sociale (Richez-Battesti *et al.*, 2012). L'entrepreneur social est alors défini comme celui qui « *cherche à générer des ressources pour maximiser la valeur sociale créée, l'impact social de son action.* » (Boutillier, 2008, p 45). On distingue alors les entrepreneurs « conventionnels » ou « commerciaux » des entrepreneurs sociaux dans la mesure où ces-derniers poursuivent « *des opportunités pour une transformation sociale* » et sont « *passionnément dévoués* » (Robert *et Woods*, 2005, p.49). Ainsi, ce qui caractérise l'entrepreneuriat social se cristallise par la mission sociale doublée d'un fonctionnement entrepreneurial : prise de risque, besoin de rentabilisation économique pour des questions de pérennité (Tixier, 2012). Ce qui fait « social » est alors cette finalité sociale de la mission et la raison d'être de l'entreprise.

L'entreprise créée ne considère pas le profit comme une fin mais comme un moyen. A l'instar de la définition des entreprises sociales de Defourny *et Nyssens* (2008) d'« *organisations avec un but explicite de bénéfice pour la communauté, initiées par un groupe de citoyens et dans lequel l'intérêt matériel des investisseurs est sujet à des limites* », l'entrepreneuriat social partage cette finalité sociale. Toutefois, l'approche européenne de l'entreprise sociale incarne un projet collectif, alors que l'entrepreneuriat social peut avoir une dimension individuelle.

1.1.2. L'entrepreneuriat féminin : des acteurs spécifiques aux comportements différents

Les recherches sur l'entrepreneuriat féminin restent encore peu fréquentes en France. Les *gender studies* s'avèrent plus développées outre-atlantique (citons par exemple Mills, 1988) et même si quelques auteurs européens ont tâché d'éclairer l'entrepreneuriat au féminin (Yordanova, 2011), depuis la parution du travail de Duchéneaut *et d'Ohran* (2000), peu de travaux sur l'entrepreneuriat féminin en France

¹ Traduction de l'auteur de : « *Social entrepreneurship encompasses the activities and processes undertaken to discover, define, and exploit opportunities in order to enhance social wealth by creating new ventures or managing existing organizations in an innovative manner.* » (Zahra *et al.*, 2010, p.522)

ont suivi ou n'ont pas bénéficié d'une diffusion suffisante (Cornet et Constantinidis, 2003 ; d'Andria et Richomme-Huet, 2011). Comme nous l'avons précisé en introduction, les femmes représentent environ un tiers des entrepreneurs mais restent peu étudiées en tant que groupe spécifique.

Carrier et al. (2006) proposent une mise en perspective des études sur l'entrepreneuriat et le management féminin sur 25 années. Les auteurs, dans leur approche historique, soulignent qu'avant les années 1970, l'entrepreneuriat était étudié uniquement comme un comportement masculin. Depuis, les études se multiplient pour montrer les spécificités de la femme entrepreneure. Aujourd'hui, les recherches se consacrent plutôt aux parcours des entrepreneures.

L'étude des « mampreneures » réalisée par d'Andria et Richomme-Huet (2011) met en avant quatre parcours de femmes qui ont créé leur entreprise au moment de leur maternité. Les auteures s'intéressent à l'intention entrepreneuriale qu'elles lient à la situation familiale de l'entrepreneure (moment par rapport à la maternité et au retour – ou non – à l'emploi après la maternité). Contrairement aux études sur les entrepreneurs masculins, c'est donc un angle très personnel qui est adopté. Plus généralement, pour l'entrepreneuriat féminin, l'âge, la formation, les ressources financières sont étudiés, mais s'ajoutent également un souci plus fin porté aux situations familiale et maritale. Nikina et al. (2012) étudient le rôle du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin au travers douze cas. Le soutien du conjoint s'exprime dans l'activité, les choix entrepreneuriaux et la vie domestique. Toutefois, les 12 couples étudiés sont en Scandinavie. La dimension culturelle est importante.

Derrière la femme, des réalités multiples se perçoivent suivant l'âge, la situation familiale. Ainsi, le fait d'être mère influence les velléités entrepreneuriales des femmes. Une enquête récente de l'APCE (2012)² révèle que pour 54% des femmes, être chef d'entreprise ne permettrait pas de concilier vie professionnelle et familiale. Au contraire, les mères - entrepreneures *via* le mouvement des « mampreneures » revendiquent l'équilibre vie professionnelle et vie familiale conféré par l'entrepreneuriat qui permettrait de s'occuper des enfants tout en travaillant. Toutefois cette enquête ne témoigne que des freins pressentis et non réels des femmes devant l'entrepreneuriat.

1.1.3. L'entrepreneuriat dans les quartiers : un champ méconnu

L'entrepreneuriat dans les quartiers présente-t-il des spécificités ? Aujourd'hui, peu de recherches traitent de ce thème particulier. Il s'agit d'un champ nouveau et de pratiques en plein développement. Les banlieues françaises sont traditionnellement étudiées par les sociologues ou les politologues mais assez peu voire pas par les gestionnaires. Les pouvoirs publics définissent une typologie des quartiers au travers de ZUS (zone urbaine sensible), ZUP (zone urbaine prioritaire), ZFU (zone franche urbaine) ou encore ZRU (zone de redynamisation urbaine). Ces zones constituent des parties de villes situées le plus souvent en banlieue de grandes villes (notamment Paris).

² <http://www.prevention-tpe.fr/wp-content/uploads/2013/10/chiffres-cles2012APCE.pdf>

L'entrepreneuriat dans les quartiers intéresse les pouvoirs publics ainsi que des fonds de financement privé. Dans une note du CESE, Geneviève Bel préconise « *de favoriser la création d'entreprises par les femmes dans les quartiers en difficulté* » (Bel, 2009). C'est aussi le cas de Planet Finance (sous la direction de J. Attali) qui s'est spécialisée dans le financement de projet d'entreprises dans les quartiers. L'apparition de fonds de financement dédiés à l'entrepreneuriat dans les quartiers met en avant la spécificité de ces conditions d'entreprendre. En effet, les entrepreneurs n'ont pas nécessairement accès à la même densité de réseaux, à la confiance des banques ni aux mêmes financements. Ces nouvelles problématiques laissent entrevoir de nouveaux profils d'entrepreneurs dans les quartiers dont l'intention mérite d'être étudiée.

1.2. L'intention d'entreprendre : quel moteur et quel élément déclencheur ?

L'intention entrepreneuriale est un « *processus cognitif qui naît avec les motivations, les besoins, les valeurs et les croyances* » (Bird, 1988 : 445 in Tounès, 2006). De nombreux chercheurs en entrepreneuriat s'appuient sur la théorie du comportement planifié (TCP) d'Ajzen (1987, 1991) et décrivent l'intention comme un préalable à l'action (sauf pour les actions routinières). L'intention entrepreneuriale est en effet l'une des étapes du processus entrepreneurial. D'après Tounès (2006), il s'agit de l'une des phases majeures du processus de création qui se subdivise de la façon suivante : la propension, l'intention, la décision et l'acte. Nous précisons dans cette partie les éléments d'influences de l'intention révélés par la littérature ainsi que les finalités qui la soutiennent.

1.2.1. Eléments d'influence de l'intention entrepreneuriale

L'intention synthétise la volonté d'une personne de créer sa propre entreprise. Les caractéristiques individuelles (l'âge, la personnalité, le sexe, la situation familiale) sont autant d'éléments qui rendent spécifiques le parcours de chaque entrepreneur. L'intention entrepreneuriale peut en effet être expliquée par des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur potentiel, par son milieu environnemental, ou encore par ses spécificités culturelles (Benredjem, 2010 in Maalej, 2013).

Caractéristiques individuelles :

Pour étudier l'influence de l'âge dans l'intention d'entreprendre, Tornikoski et al. (2012) testent la modélisation de la théorie du comportement planifié. Celle-ci s'articule autour de trois éléments principaux :

- « - *L'attitude envers le comportement : cela renvoie à l'évaluation favorable ou défavorable que l'individu a envers le comportement en question.*
- *Les normes subjectives perçues : cet antécédent fait référence à la pression sociale que l'individu perçoit quant à l'intérêt de bien réaliser (ou pas) le comportement.*
- *La contrôlabilité comportementale perçue : elle renvoie à la perception de la difficulté ou, au contraire, de la capacité pour l'individu d'adopter ce comportement.* » (Tornikoski et al., 2012, p.97)

La TCP se concentre alors sur des paramètres attachés au comportement de l'individu sans préciser l'influence de l'âge ou du sexe de l'entrepreneur.

La personnalité de l'entrepreneur est également l'objet de maintes attentions et les typologies d'entrepreneurs sont fréquentes (Tounes & Fayolle, 2006 ; Courneau, 2008). Infiniment personnelle, la démarche entrepreneuriale ne se construit cependant pas de façon totalement individuelle et se saisit à la lumière du contexte dans lequel elle émerge. C'est d'ailleurs ce que développe Courneau (2008) lorsqu'elle énonce à la fois les modèles psychodynamiques (Ket de Vries – l'histoire de l'entrepreneur expliquant ses motivations), de développement social (Gibbs et Richie - l'environnement et les rencontres spécifiques propices au déclenchement) et de traits de caractères (typologie d'entrepreneurs et d'entrepreneures en fonction de l'âge, le sexe, l'origine sociale et la nationalité).

Milieu environnemental

Les variables contextuelles précisent l'environnement dans lequel agit l'acteur et influencent fortement l'intention d'entreprendre (Vesalainen et Pihkala, 1999). A ce titre, l'entourage de l'entrepreneur en devenir doit lui être favorable et posséder les ressources nécessaires à l'aboutissement du projet (Krueger et Casrud, 1993 ; Berglann et al. , 2011 ; Gurel et al. , 2010 ; et Laspita et al. , 2012). Nous entendons ici par milieu environnemental, l'entourage direct des entrepreneures.

La littérature distingue généralement l'entourage familial de l'entourage amical. La figure familiale s'entend essentiellement à deux titres. D'une part, le statut professionnel des parents peut influencer l'intention entrepreneuriale. Statistiquement, les enfants d'entrepreneurs, entreprennent plus que la moyenne (Cornuau, 2008) . D'autre part, le statut marital est fréquemment étudié. L'auteur précise que les hommes entrepreneurs sont plus souvent mariés que la moyenne mais pas les femmes entrepreneures. Le nombre d'enfants peut constituer un facteur également. En ce qui concerne les femmes, le rôle de la famille et notamment le soutien du couple est important dans l'acte d'entreprendre (Nikina *et al.*, 2012). Ces auteurs soulignent également que l'activité entrepreneuriale n'est pas sans conséquences sur le couple.

Plus généralement, on évoque ici souvent l'importance du réseau dans la concrétisation de la démarche (Dubini et Aldrich, 1991 ; Maalej, 2013). L'importance de cette notion semble exacerbée dans le cadre de l'entrepreneuriat social dans la mesure où il nécessite « *de recourir à une pluralité d'organisations de nature distincte (associatives, privées et publiques), de personnes dotées de compétences et de volonté d'apport différentes.* » (Boncler Hlady-Rispal, 2003, p. 23).

Bruni, Gherardi et Poggio (2004) rappellent que l'entrepreneuriat n'est pas seulement un acte économique mais aussi un acte culturel. L'ensemble de ces facteurs sociaux et culturels influence la « désirabilité » et la « faisabilité » du projet au sens Shapero et Sokol (1982). L'entourage exerce des pressions et oriente la carrière possible d'un individu. Il modifie également la démarche d'accès aux ressources qu'elles soient informationnelles ou financières.

Spécificités culturelles

Les spécificités culturelles interrogent surtout l'entrepreneur étranger ou d'origine étrangère. L'ouvrage de Waldinger *et al.* (1990) sur l'« *ethnic entrepreneurship* » fait date sur le sujet et traite des spécificités des entrepreneurs immigrés dans différents

pays. Le chapitre concernant la France précise que sa tradition d'immigration et notamment concernant les réfugiés politiques atténue les statistiques ou études sur le sujet. En effet, une proportion importante de français est d'origine immigrée diverse. L'étude d'une fraction de la population est donc biaisée par l'histoire du pays.

Tisserant (2003) présente néanmoins plusieurs modèles qui soulignent les spécificités de l'entrepreneuriat immigré. L'un d'eux, le modèle de l'« *ethnic business* », s'appuie sur des travaux américains. Il est marqué par trois facteurs : le facteur culturel, réactif et du désavantage. Le premier facteur souligne combien les caractéristiques culturelles du migrant, sa culture d'origine vont influencer l'acte entrepreneurial et le type d'entreprise créée. Le facteur réactif s'inspire des travaux de Barth (1967) sur l'ethnicité et décrit l'influence des réseaux communautaires sur les relations aux personnes d'origine étrangère mais aussi sur le type d'entreprise créée. Enfin, le facteur du désavantage aborde le manque de reconnaissance ou les discriminations dont les personnes d'origine étrangère sont victimes pour expliquer leur acte entrepreneurial. Il souligne ainsi combien les caractéristiques culturelles portées par le migrant vont influencer son acte entrepreneurial et le type d'entreprise qu'il va créer.

1.2.2. Les finalités : entre motivations push et pull

La littérature distingue ce qui pousse l'individu à agir suivant sa nature négative ou positive ('push or pull'). Dans l'optique négative, l'individu est poussé (« stratégie push ») à entreprendre pour palier un manque, alléger une peine. Ce manque peut être lié à l'absence de reconnaissance ou à la discrimination. C'est entre autres, le facteur du désavantage (Tisserant, 2003) ou encore le désir d'entreprendre pour créer son emploi et de sortir du chômage. D'aucuns évoquent ici une intention entrepreneuriale très particulière et un « *entrepreneur contraint (...) dont la motivation unique est de créer son propre emploi pour échapper au chômage et qui était dépourvu auparavant de projet et de désir de création.* » (Couteret, 2010, p.8). Pour d'autres auteurs, il ne convient pas nécessairement de distinguer ces entrepreneurs car la situation d'emploi représente un facteur explicatif fréquent de l'intention entrepreneuriale (Bruyat et Julien, 2001 ; Davidsson, 1995 in Tounès, 2006). La question de l'alternative à l'emploi peut revêtir une dimension plus aiguë dans un contexte de chômage et d'environnement difficile. Certains sociologues soulignent que créer son entreprise peut être perçu comme un moyen de contourner un marché du travail discriminant pour les étrangers (Madoui, 2008).

Dans les finalités positives (motivations « pull »), les intentions entrepreneuriales reflètent une quête pour se rapprocher d'une fin profondément désirée. Les questionnaires classiques sur l'intention entrepreneuriale proposent différentes visées : le besoin d'accomplissement, la recherche d'autonomie, une certaine attitude face à la prise de risque, le challenge ou encore une ambition personnelle (Küttim et al., 2014 ; Maalej, 2013 ; Slahi et Boujelbene, 2013).

Plus spécifiquement, concernant l'entrepreneuriat social, nous avons vu que la finalité sociale est au cœur des motivations de l'entrepreneur dont le projet vise à répondre à un besoin social identifié. Ce sont donc ses motivations qui permettent de savoir si l'entrepreneur est social ou non. Boncler et Hlady-Rispal (2004) soulignent l'humanisme qui guide les pas de ces entrepreneurs et reprennent les travaux de Gouil (1999) pour détailler 4 formes de motivations spécifiques de l'entrepreneur social : (1) une

motivation de l'ordre de la compassion. ; la motivation à entreprendre découle du sentiment provoqué par la souffrance d'autrui, voire de la souffrance liée à l'injustice ou au malheur des autres, (2) une motivation liée à un ordre moral, à l'affirmation et à la défense de valeurs humanistes, (3) une motivation d'ordre politique qui cherche à participer à un projet de société plus juste et plus solidaire, (4) enfin, une forme de motivation plus triviale. C'est de plus en plus, la compétence, la formation, l'expertise développée dans le champ des relations humaines et du développement local, d'une valorisation d'une implication dans un projet « social ».

De nombreux auteurs se sont attachés à l'impact de certaines formations sur les intentions entrepreneuriales (Küttim et al., 2014 ; Maalej, 2013 ; Slahi et Boujelbene, 2013; Fayolle *et al.*, 2009). Les résultats contrastés de ces recherches questionnent sur les modalités de l'apprentissage des connaissances entrepreneuriales (Léger-Jarniou, 2008) et sur les spécificités de cet enseignement. Notons que de nombreuses recherches sur l'intention entrepreneuriale étudient la population estudiantine (Küttim et al., 2014 ; Maalej, 2013 ; Slahi et Boujelbene, 2013). Ceci constitue un biais important dans le sens où l'âge moyen de l'action d'entreprendre se situe autour (et souvent au-delà) de 40 ans. Il nous a donc semblé important de compléter ces analyses en créant un cadre conceptuel reprenant l'ensemble des spécificités décrites par les divers pans de la littérature et retraçant les spécificités des femmes des quartiers que nous avons étudiés.

1.3. Construction d'un cadre conceptuel adapté : Descripteurs opérationnels de l'intention entrepreneuriale

Pour Alter (2012), l'une des singularités des « différents » c'est leur liberté par rapport à la contrainte sociale et à ses conventions. Ainsi, alors que le cadre d'analyse classique soutient l'importance du soutien amical et/ou familial tout autant que la contrainte qu'il exerce sur les attentes de l'individu, la lecture d'Alter (2012) évoque ici des différents qui se soucient davantage des questions d'efficacité que de relations. Ce dernier nous engage donc une fois de plus à interroger les descriptifs classiques des études précédentes concernant l'intention entrepreneuriale. Le tableau 1 précise ceux retenus au terme de notre revue de littérature.

Tableau 1 : Proposition d'un cadre conceptuel d'étude de l'intention d'entreprendre (entrepreneuriat social) des femmes dans les quartiers

L'intention d'entreprendre	Définitions & concepts clés	Auteurs	Descripteurs opérationnels
Caractéristiques individuelles	Une des caractéristiques individuelles centrale est le genre. La littérature sur l'entrepreneuriat féminin est mobilisée pour faire ressortir certaines caractéristiques individuelles qui impactent l'intention entrepreneuriale des femmes.	Cornet et Constantinidis (2004) Carrier <i>et al.</i> (2006) & D'Andria & Richomme-Huet (2011)	- Personnalité d'entrepreneur - La situation familiale (nombre d'enfants – situation maritale)
	Le rôle de l'âge et du moment de la création est également un point important	Tornikoski <i>et al.</i> (2012)	- L'âge
Milieu environnemental	Le milieu environnemental des entrepreneures peut être composé de plusieurs cercles d'influences. Les liens faibles et les liens forts sont à investiguer pour comprendre le soutien de l'entrepreneuse.	Krueger <i>et al.</i> (2000) Nikina <i>et al.</i> (2012)	Les soutiens des femmes sont de trois ordres: · La famille proche (parents, conjoint) · Le cercle d'amis · Les contacts professionnels (lors de formation, recherche d'emplois ou emplois précédents)
	Le réseau relationnel professionnel est fréquemment étudié comme effet de levier pour l'intention entrepreneuriale	Dubini et Aldrich (1991) Maalej (2013)	
Spécificités culturelles	Les caractéristiques culturelles portées par le migrant vont influencer son acte entrepreneurial et le type d'entreprise qu'il va créer.	Waldinger <i>et al.</i> (1990), Tisserant (2003), Hassoun (2009)	Le projet entrepreneurial (réseau, structure) est en lien avec le pays d'origine
Finalités / motivations	Les motivations sont de 2 ordres push et pull. - les motivations pull : l'entrepreneur veut créer son emploi, être autonome, mieux équilibrer sa vie professionnelle et sa vie personnelle, est mu par le challenge et une ambition personnelle.	Tounès (2006) Starr et Yudkin (1996 <i>in</i> Ponson, 2002) Nikina <i>et al.</i> (2012) Cournau (2008)	- être son propre patron - être autonome - pour s'épanouir dans son activité professionnelle - équilibrer vie professionnelle/ personnelle
	- les motivations push : l'entrepreneur réagit face à une contrainte, une insatisfaction au travail, un manque de reconnaissance, une discrimination.	Couteret (2010) Boncler et Hlady-Rispal (2004) Tixier (2012) Kwong <i>et al.</i> (2012). Tisserant (2003)	- L'entrepreneur n'a pas d'autre choix (en terme d'emploi par exemple) que de créer le sien - La réponse à un besoin social identifié - Le facteur du désavantage

Après avoir posé ce cadre d'analyse, nous présentons le terrain d'étude et la méthode de recueil de données mobilisée. Nous confronterons ensuite ces données au cadre théorique pour comprendre les spécificités de l'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers.

2. La formation de Projets pour l'Emploi à la Courneuve - terreau de maturation de l'intention d'entrepreneuriat social des femmes des quartiers

L'entrepreneuriat social est clairement lié à une problématique territoriale, aux besoins spécifiques d'acteurs locaux (Kwong *et al.* 2012). Dans les zones urbaines sensibles (ZUS), l'accès à l'emploi est, plus qu'ailleurs, une véritable problématique. Les derniers chiffres de l'INSEE montrent qu'en Seine-Saint-Denis où nous avons mené notre étude, le taux de chômage est particulièrement important (près de 25% à la Courneuve³, 13,5% en Seine-Saint-Denis quand la moyenne de la région Ile de France est de 9,2%⁴). Créer des emplois dans ces zones sensibles est un enjeu sociétal fort. Il s'agit de lutter contre la désaffiliation sociale tout en s'assurant que les emplois développés localement sont bien occupés par des acteurs locaux. L'entrepreneuriat social des femmes des quartiers pourrait être une solution. A notre connaissance, il n'existe pas de recherches en sciences de gestion qui traite de cet objet spécifique. Aussi, dans une démarche exploratoire, nous avons adopté un design qualitatif afin de capturer le sens et l'expérience (Paillé et Mucchielli, 2007) de quelques femmes pour mieux saisir l'intention d'entrepreneuriat social des femmes des quartiers. Les femmes rencontrées ont clairement énoncé leur intention d'entreprendre en participant à une action de formation co-organisée par l'incubateur social d'HEC Paris et visant à affiner leur projet d'entreprise. C'est au cours de cette formation d'une semaine, principalement durant la pause déjeuner, que nous les avons toutes interrogées.

Cette action de formation d'une trentaine d'heures a eu lieu à la fin du mois de novembre 2013 et a regroupé une quarantaine de femmes autour d'ateliers collectifs, de débats et de mise en situation. Nous avons assisté à trois des cinq jours de cette semaine de formation. En amont de cette semaine, nous avons rencontré à plusieurs reprises l'organisateur et participé à des réunions de préparation de la formation. Ayant travaillé avec lui précédemment, nous avons suivi le projet dès sa conception. Il nous a livré ses impressions quant à la première action de formation visant ce public bien spécifique, les ajustements qu'il a opérés pour cette deuxième formation. Partie prenante du projet depuis sa première heure, nous avons participé à la présentation institutionnelle de l'action de formation à venir quelques jours avant la formation. Notre présence à cette journée de lancement du samedi 9 novembre 2013, nous a permis de nouer quelques premiers liens avec certaines des participantes déjà présentes.

Le soutien des acteurs politiques locaux venus saluer l'ouverture de la formation (sous-préfète de Saint-Denis et le maire de la Courneuve) comme la remise des certificats de formation HEC à l'issue de la semaine, réalisée conjointement par M. le maire et les enseignants d'HEC, participent à la valorisation des projets des femmes.

³ http://www.ville-la-courneuve.fr/LC_idocs/decouvrir_chiffres/chiffres.php

⁴ Selon l'INSEE sur le troisième trimestre 2013. Plus précisément, à la Courneuve où nous avons réalisé notre étude, le chômage atteint 23,9% de la population active selon l'enquête INSEE de 2009.

Nos données principales sont les retranscriptions des entretiens menés auprès de six des quarante participantes de la formation de fin novembre 2013. Les entretiens ont été enregistrés et retranscrits. Des matrices d'analyse en fonction des thématiques issues de la littérature mais aussi émergentes ont été réalisées. Nous avons proposé à l'ensemble des participantes de nous rencontrer au cours des pauses. Conscientes des biais que pouvaient induire notre présence, nous avons bien souligné que l'ensemble des projets nous semblait intéressant mais que les contraintes de temps ne nous permettaient pas d'approfondir notre démarche auprès de chacune des formées. L'idée étant de s'assurer que notre présence et le suivi que nous allions opérer de certaines d'entre elles ne soient pas perçues comme un gage de la réussite (ou de l'échec) à venir des porteuses de projet. Pour chacune d'elles, il était donc clair que la présence des chercheurs visaient à « *produire un certain nombre d'analyses et de résultats* » (David, 1999). Ce positionnement d'observateur-participant nous a permis de nouer des relations fructueuses avec les femmes durant les ateliers et activités. Les moments de convivialité au cours du déjeuner et durant les pauses nous ont permis de développer une empathie au cœur de notre démarche d'investigation.

Les six femmes au cœur de notre étude se sont naturellement imposées par le fruit du hasard spatial et temporel des rencontres. Cet échantillon n'a donc pas vocation à représenter l'ensemble des spécificités des entrepreneures en devenir (aucun critère d'âge, de potentiel de projet ou encore de nationalité n'a été mis en place). Nous ne cherchons pas ici à garantir une généralisation mais plutôt à découvrir des pistes de réflexion nouvelles.

L'ensemble des femmes s'est porté volontaire et particulièrement enthousiaste pour contribuer à notre étude. Toutes ont également accepté d'être suivies, dans une démarche longitudinale, à l'issue de la formation.

Au cours de l'action de formation, nous nous sommes volontairement mises en retrait, observant simplement du milieu de la salle sans participer pleinement aux ateliers ou aux mises en scène. Ce retrait reste à relativiser dans la mesure où nous avons continuellement partagé nos pauses et nos journées avec l'ensemble de ces femmes. Compte tenu du contexte, des liens très forts et denses ont rapidement été noués avec nombre d'entre elles. En effet, il est important de noter que nous avons également pris de nombreuses notes de nos ressentis et des interactions entre les femmes. Ainsi, si seulement six des quarante femmes sont ici représentés, de nombreux autres témoignages, recueillis de façon moins formelle, ont contribué à nourrir nos réflexions.

La grille d'entretien adoptée laisse une large part à la femme pour énoncer son projet et revenir sur les éléments qui lui semblent importants. La première question posée est celle du projet et c'est très naturellement que les entreprises créées trouvent un lien avec les trajectoires antérieures des individus (Davidsson, 1995 in Tounès 2006). Dans cette optique, nous analysons les récits de vie de ces femmes et en reportons ici quelques verbatim illustratifs. Selon Bertaux (1997), il y a récit de vie « *dès lors qu'un sujet raconte à une autre personne, chercheur ou pas, un épisode quelconque de son expérience vécue* » (Bertaux, 1997). Cette méthode de collecte présente l'intérêt de mettre en lumière les logiques d'action et de capturer les processus complexes (Bertaux, 1997 ; Sanséau, 2005). Elle offre ici l'opportunité de saisir l'encastrement de la logique

du projet dans un contexte professionnel et personnel particulièrement structurant de la démarche entrepreneuriale engagée. Nous présentons dans le tableau suivant les principales caractéristiques de ces six femmes.

Tableau 2 : Caractéristiques des profils des six femmes interrogées et de leur projet

Prénom	Situation familiale	Pays d'origine	Situation professionnelle	Projet	Age
Rachida	En couple, 5 enfants	Algérie	Chômage depuis 2 ans	Boulangerie au milieu de la cité de Sevrans	52
Laurence	En couple, sans enfants	France	Chômage > 10 ans	Circuit court de produits bios en provenance d'Ardèche pour les habitants de la Courneuve et les environs	50
Tatiana	Célibataire sans enfants	Roumanie	Chômage < 12 mois	Lien entre la France et la Roumanie pour favoriser les projets en Roumanie et le transfert de compétences	29
Elodie	Mariée, deux enfants	Gabon	Chômage < 6 mois Déjà 2 créations d'entreprise (Gabon et France) – Forte expérience dans le domaine de l'insertion et l'associatif	Food-truck d'insertion sur les 9 communes de Est-Ensemble (Bondy, Drancy ...) Volonté de faire travailler 2 salariés en contrat d'insertion	39
Leila	Séparée, 2 enfants (18 et 21 an)	Algérie	CDD à temps plein – fin dans moins de 6 mois avec possibilité de CDI (questionnement : cdi ou création)	A Sevrans, création d'une association d'animation pour les jeunes de 6 à 16 ans (danse, théâtre, cuisine, alphabétisation, informatique ...)	46
Karima	Elève seule sa fille de 7 ans	Algérie	Chômage > 5 ans	Récupération des fruits & légumes invendus pour problème de calibrage pour les distribuer (dons ou vente à bas prix) à des personnes à faible revenus – commune de Sevrans	50

Les récits de vie de ces six femmes permettent d'appréhender concrètement l'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers. Sans chercher à généraliser l'intention entrepreneuriale des femmes dans les quartiers, ils dégagent des résultats qui amènent à discuter la littérature.

3. Résultats & Discussion : au croisement de l'entrepreneuriat social et des quartiers : les femmes de la cité

Pour analyser les spécificités de l'entrepreneuriat social des femmes dans les quartiers, nous examinons les récits de vie en fonction du cadre conceptuel proposé. L'étude de ces profils nous permet de nous interroger sur les véritables motivations des femmes.

3.1. L'intention des entrepreneures sociales dans les quartiers : premiers résultats

Les récits de vie des femmes rencontrées, confrontés aux descripteurs opérationnels identifiés dans la littérature, aident à décrire les spécificités des entrepreneures sociales des quartiers. Le tableau suivant propose quelques verbatim illustratifs.

Tableau 3 : L'intention entrepreneuriale sociale à l'épreuve des faits : les récits de six femmes de la cité

Intention d'entreprendre	Descripteurs de l'intention	Verbatim	Résultats
Caractéristiques individuelles⁵	Personnalité	Maintenant c'est tout un comportement, une façon de penser, d'agir. Est-ce que dans la famille j'avais des gens comme ça ? Je ne crois pas, je crois que cela vient comme ça. (Elodie)	Une seule des femmes revendique l'importance de sa personnalité dans sa démarche
	La situation familiale (nombre d'enfants – situation maritale)	Je suis célibataire – je me suis battue toute seule et je veux mentionner que le fait que je sois une femme, ça ne m'a pas découragée. Je ne pense pas que ce soit un point faible. Ça dépend comment on voit les choses mais être une femme dans l'entrepreneuriat social, ça peut être même un point fort parce que c'est social et je pense que les femmes ont une inclinaison pour aider la collectivité (Tatiana)	Etre une femme comme une force dans l'ES, une inclinaison naturelle
		Financièrement, pour le coup, mon mari est là, il se renseigne, et il voit mon engouement. Et surtout il est surpris de voir dans notre environnement les gens qui disent, tu te rends compte de ce que fait ta femme, vraiment tu dois être fier et du coup, il ne sait pas comment se placer mais en tout cas, c'est vrai qu'à la maison, il est là et c'est vrai que c'est une force. Et les enfants sont dedans à 100% (Elodie)	Le conjoint comme un soutien du projet (une femme sur trois).
		Mon fils me pousse mais sinon personne n'est au courant pour l'instant. (Leila)	Les enfants comme éléments moteurs du projet
Milieu environnemental	Des soutiens de trois ordres - La famille proche (cf. supra) - Le cercle d'amis - Les contacts professionnels (lors	Le problème que je n'ai pas résolu c'est le transport : parce que pour un circuit court c'est un peu rallongé tout de même ! c'est que c'est loin (rires) . Alors y a une fille là justement qui veut monter des resto-camionnette ... Elodie ... donc ça l'intéresse parce que moi j'ai les producteurs et c'est vrai que si l'on se groupe c'est déjà plus intéressant ! (Laurence)	Le réseau qui se crée durant la formation

⁵ Certaines des caractéristiques individuelles sont décrites dans le tableau 2.

	de formation, recherche d'emplois ou emplois précédents)	j'ai eu la chance de rencontrer deux spécialistes de l'emploi en Roumanie, qui m'ont dit pourquoi tu ne montes pas ton projet. Donc disons que j'ai eu déjà un soutien très tôt (en janvier 2013). Ce qui est rare parce qu'une des plus grosses galères c'est de rencontrer des gens ! (rires) (...)J'ai réussi à avoir des contacts européens à Bruxelles. J'ai créé un réseau là-bas. Mon réseau est varié et c'est pour cela que mon idée d'association s'est créée (Tatiana)	Le réseau comme support à l'entrepreneuriat
Spécificités culturelles	Le pays d'origine du créateur influence son projet et l'entreprise qu'il créé	je veux monter des projets pour la Roumanie (Tatiana)	L'ancrage culturel reste relativement absent des projets d'ES des femmes.
Finalités / motivations	L'entrepreneur n'a pas d'autre choix (en termes d'emploi par exemple) que de créer le sien	Ça fait 10 ans que je ne travaille pas ... à mon âge chercher du boulot ... je ne me leurre pas donc je me suis dit il faut que je monte ma boite (Laurence)	L'entrepreneur contraint / motivations push
	L'objet de l'entreprise est la réponse à un besoin social identifié	(je crée mon entreprise) et en même temps, je crée mon propre emploi ! (...) moi je ne me suis même pas imaginée faire du chiffre ou devenir riche. Moi, c'est le fait d'avoir un emploi qui me plait (Karima)	créer son propre emploi pour s'épanouir, mobiliser ses compétences et/ou comme alternative au chômage
	Etre son propre patron, être autonome	Y a une demande des habitants ... ça fait 15 ans que je le vois (Leila)	L'identification du besoin social est centrale de l'intention
	Equilibre vie professionnelle/vie personnelle	Je ne tiens pas à être patron d'un truc. Je pense que si cela se développe et qu'on est plusieurs, je ferai sûrement une coopérative un truc comme ça. (Laurence)	Etre un patron autrement
		non pertinent	

Notre échantillon de femmes comporte bien des décalages qui tranche avec la vision classique de l'entrepreneur. La question de la personnalité et de qualités spécifiques qui orienterait le devenir de l'individu vers l'entrepreneuriat a été évoquée seulement par une femme. D'ailleurs, quand nous les interrogeons, elles brossent toutes le portrait d'un entrepreneur qui ne revendiquera pas son statut de supérieur hiérarchique. Si elles espèrent toutes à terme embaucher, elles souhaitent manager leurs relations avec le personnel différemment, fonder leurs relations avec les salariés, comme avec les autres parties prenantes, sur la base des valeurs qui portent leur projet. Le choix de l'entrepreneuriat social s'avère ici particulièrement déterminant dans la construction de leur projet et dans le rôle auquel elles prétendent.

Dans cette aventure, la plupart représente des familles monoparentales (50%) et une seule évoque son conjoint comme un soutien du projet. Ces femmes nous proposent donc d'investir de nouveaux champs du soutien. En effet, toutes les mères de famille soulignent le support décisif de leurs enfants. Véritables promoteurs du projet, les enfants soutiennent et accompagnent leur mère dans la création. Les enfants sont le plus souvent nés en France et ne portent pas nécessairement le même regard sur l'activité entrepreneuriale de leur mère que les conjoints. Cette activité entrepreneuriale permet aux femmes de changer leur place dans la cellule familiale et de voir le regard de leurs proches évoluer. Elles fondent dans cette activité l'envie d'une nouvelle image sociale. C'est d'ailleurs bien souvent pour eux, pour leur montrer une image de femme active qu'elle redouble d'efforts. Ainsi, leur support s'apparente à une motivation clé qui les pousse à agir.

De la même façon, le réseau n'apparaît pas seulement comme une ressource mais aussi comme un soutien. Ces personnes (souvent issues également de la formation) leur ont déjà fait confiance par le passé. En les encourageant dans leur projet, elles leur donnent plus de force et de confiance en elle. La formation contribue elle-même à multiplier les liens et certains projets de femmes rencontrés durant la formation ont finalement fusionné.

Cet échantillon invite donc à investir de nouvelles pistes de motivations push. Ces pistes orientent aussi vers une appréhension des motivations comme duales, à la fois push et pull. Les femmes ne dépeignent pas seulement des motivations profondes à agir, qui nous l'avons vu, sont souvent conférées par les échanges et les liens qu'elles tissent mais aussi des manques à palier. Ces motivations s'entremêlent et c'est dans ce maillage complexe que doit se comprendre l'intention entrepreneuriale des femmes des quartiers. Certes, elles souhaitent créer leur propre emploi et sortir de la situation économique souvent difficile qu'elles affrontent. Pour autant, aucune n'a mis en évidence la discrimination comme un facteur de désavantage sur le marché du travail. Optimistes, ces femmes évoquent davantage la volonté de mettre en œuvre des compétences qu'elles détiennent mais qu'elles ne parviennent pas à valoriser sur le marché du travail. Or, leur engagement systématique, passé ou présent dans la vie associative locale, leur a ouvert la voie et l'envie vers la mise en acte de ces dernières.

La théorie à l'épreuve des faits nous amène à prendre du recul par rapport au cadre conceptuel élaboré. L'enchevêtrement des différents niveaux (l'individu, son réseau, son environnement) et l'imprégnation de ces différentes influences sur les motivations push et pull orientent le projet d'entreprise.

3.2. Discussion : trois piliers de l'intention des entrepreneures sociales

L'intention d'entrepreneuriat social des femmes s'exprime avec force dans trois dimensions : l'ancrage territorial, la finalité sociale et le désir d'émancipation économique.

- **Ancrage territorial : une ambition locale**

L'entrepreneuriat au sein des quartiers présente des caractéristiques encore peu étudiées dans la littérature mais qui influencent fortement l'intention d'entreprendre (Hassoun, 2009 ; Waldinger *et al.*, 1990). Ces six femmes révèlent combien le ciment de leur intention s'inscrit dans le territoire qu'elles habitent. L'idée, le besoin social, les usages potentiels perçus viennent de leur quotidien dans les quartiers. La spécificité culturelle prend la forme d'un attachement à la cité et d'une volonté de donner vie aux quartiers. Ainsi, ce n'est pas la culture du pays d'origine qui se reflète dans le projet entrepreneurial mais une réflexion sur une façon de vivre dans les quartiers que ces femmes souhaitent voir évoluer. On retrouve ici la vocation politique et humaniste des projets d'entrepreneuriat social (Gouil, 1999 *in* Boncler et Hlady-Rispa, 2004). L'objectif premier de leur entreprise repose fréquemment sur l'amélioration du bien-être des habitants.

« Je ne cherche pas les endroits lumineux, (...). Le fait d'avoir un camion, passer de ville en ville c'est aussi donner de la mobilité aux personnes en insertion. (...) Ce sont des personnes qui habitent les cités et nos cités ont été construites pour que les gens ne sortent pas » (Elodie).

Cette volonté de redynamiser des quartiers où les services publics sont affaiblis (voire absents) rassemble ces femmes qui habitent dans des quartiers dits sensibles (ZUS ...). Elles connaissent les difficultés quotidiennes des habitants et le peu de réponses qui leur sont proposées. Rachida nous explique que son projet de boulangerie au pied de la tour à Sevran vient d'un problème quotidien pour les habitants. Les boulangeries alentours ont toutes fermé et il n'existe plus aucun commerce de proximité.

Le projet de Tatiana représente un lien entre son pays (la Roumanie) et la France à l'image d'autres projets de certaines femmes de la formation en dehors des six retenues pour cet article. Toutefois, la plupart des projets se concentrent plutôt sur un besoin social local au cœur de leur quartier. Ainsi avec ce projet, les femmes souhaitent agir et modifier leur espace. Cet espace qu'elles expérimentent quotidiennement et les difficultés qu'elles y rencontrent, elles souhaitent par leur entreprise sociale le remodeler, contribuer à en gommer quelques aspérités. Elles décrivent ainsi une perspective constructionniste de l'espace (Taylor et Spicer, 2007), à la fois donnée dans laquelle elles évoluent mais également construit sur lequel elles peuvent agir. Cet espace revêt des dimensions matérielles, porteuses de contraintes mais aussi des dimensions sociales, porteuses de richesse et de perspectives d'avenir.

- **Agir autrement pour la société : un défi soci(ét)al ?**

La nature sociale de l'entreprise apparaît centrale dans la démarche et les réflexions concernant l'objet et le statut de l'entreprise. La question de la finalité sociale s'affirme pour toutes avec force. A l'instar de Laurence qui nous confie « (Je veux) *que les gens qui*

achètent aient vraiment conscience de ce qu'ils achètent, qu'ils aident l'agriculteur, qu'ils participent à cela plutôt qu'à la grande distribution. »

Ainsi, contrairement aux travaux de Tisserant (2003), notre recherche suggère que les dimensions culturelles semblent très largement secondaires (cf. tableau 3) dans les réflexions sur le type d'entreprise créée. La structure représente plus une réflexion sociale qu'une singularité culturelle.

Pour chacune d'elle, il ne s'agit pas de créer une entreprise classique mais bien de créer une entreprise sociale avec un véritable projet sociétal local. En ce sens, le fait d'habiter dans le quartier et d'en connaître les besoins représente une force. De même, le témoignage de Tatiana (Tableau 3) suggère que le fait d'être une femme favoriserait une inclinaison naturelle pour la création d'entreprise sociale. L'environnement social et territorial abordés, il convient de préciser que les caractéristiques individuelles colorent également les intentions des femmes.

- Entreprendre pour s'émanciper : une revanche économique ?

Chacune des femmes rencontrées ancre son projet dans son parcours et sa vie actuelle. La plupart d'entre elles sont au chômage et souvent depuis de nombreuses années. Leur revanche économique passe ainsi par la création de leur propre emploi quand le marché du travail semble ne pas vouloir reconnaître leurs savoir-faire. La majorité de ces femmes se sont investies dans le milieu associatif de manière professionnelle ou bénévole. Ainsi, les capacités à développer des projets, à gérer des parties prenantes variées y compris institutionnelles, sont autant de compétences acquises par les femmes par le passé.

En ce moment, je participe à un projet dans la ville de Noisy-le-Sec, nous sommes en train de mettre en place une scic⁶ pour une épicerie buvette bios et circuit court. Je suis au conseil d'administration (Elodie)

Au travers de leur projet, elles souhaitent aller plus loin qu'une activité associative pour créer des emplois, à commencer par le leur et valoriser leurs compétences. Leur situation économique et le fait d'être chef de famille (monoparentale) pour la plupart les poussent à développer des business model rentables. Sans nécessairement être guidées par le profit, ces femmes s'inscrivent dans le pragmatisme d'un quotidien difficile économiquement depuis de nombreuses années. Elles souhaitent donc préserver économiquement leur famille, tout en développant une activité économique utile socialement.

3.3. Conclusion : Et si l'avenir des cités passait par les femmes entrepreneures sociales ?

L'analyse de nos entretiens montre que l'intention entrepreneuriale des femmes est fondée essentiellement sur une volonté de changer leur quotidien ainsi que leur environnement direct. La revanche (motivation push) est essentiellement fondée sur la

⁶ Une SCIC est une société coopérative d'intérêt collectif. Pour plus d'informations sur ce statut juridique et ses spécificités, <http://www.les-scic.coop/sites/fr/les-scic/> Barrois *et al.*, (2012) proposent une analyse des spécificités du modes de gouvernance participatif des SCIC.

dimension économique. En ce qui concerne les dimensions sociétales (territoriale et sociale), il s'agit d'une envie d'améliorer ce qui les entoure (motivations pull). C'est une autre manière d'envisager l'entrepreneuriat qui est considéré comme un moyen de changer le quotidien et l'environnement plutôt que de changer le monde. A l'inverse de la représentation iconographique de l'entrepreneur ambitieux et arrogant, les motivations de ces femmes sont essentiellement tournées vers les autres (leur famille, leurs voisins, leurs quartiers).

Ces femmes désirent devenir des acteurs agissant sur la Cité avec un rôle social, plutôt que des acteurs subissant. Elles s'inscrivent dans une démarche de progrès par touches itératives. C'est une approche de contribution sociale par « petits cailloux » tout en ayant conscience d'apporter une pierre à l'édifice. Nombre des femmes rencontrées lors de la formation (autres que nos 6 récits de vie) sont des responsables d'associations locales d'entraide aux femmes migrantes dans leur quotidien (aide administrative, désenclavement de la femme ...). L'exemplarité de ces femmes, piliers non visibles de la Cité, ainsi que la dynamique collective qui s'est construite lors de la formation, renforcent la volonté des femmes et la perception de leur légitimité nouvelle dans la société. Certaines femmes de la formation se retrouvent ainsi une fois par mois chez les unes et les autres pour faire un point d'étape, ensemble, sur leur projet. La dynamique de la formation et du réseau créé se poursuit encore un an plus tard.

La politique de la ville ou plutôt des quartiers, devrait pouvoir, en se tournant vers les femmes, en les réintégrant et les légitimant dans l'espace public, modifier à la fois l'image des banlieues en France et leur vie au quotidien. La valorisation des femmes des quartiers passe désormais par le développement de formation à l'entrepreneuriat, de concours d'entreprises féminines et de projet de société portés par les femmes.

Les femmes étudiées nous présentent des projets en devenir. Ainsi, elles laissent en suspens de nombreux questionnements quant aux entreprises sociales des quartiers créées par des femmes. La démarche empirique entreprise souhaite y apporter un éclairage en poursuivant la réflexion engagée par une approche longitudinale de ces six femmes. Ce suivi permettra de retracer ce qui leur permet de passer de l'intention à la création. Nous espérons ainsi découvrir plus finement le rôle que peuvent jouer les femmes dans la cité, entre force et faiblesse.

Bibliographie

Alter N., (2012), *La force de la différence, itinéraires de patrons atypiques*, Presses universitaires de France.

Ajzen I., (1987), « Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology », *Advances in experimental social psychology*, 20, 2-63.

Ajzen I., (1991), « The theory of planned behaviour », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Bacq S. et Janssen F. (2008), « L'entrepreneuriat social, Enfant terrible ou fils légitime ? »

dans Schmitt C., *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, Presses Universitaires du Québec.

Barrois M., Codello-Guijarro P., Tixier J., (2012), « Entreprise et territoire : deux logiques encastrées dans la SCIC ÔKHRA » chapitre dans l'ouvrage *L'étonnant pouvoir des coopératives*, dir. Brassard, M.-J. et E. Molina, p.265-380

Barth, F., (1967), « On the Study of Social Change », *American Anthropologist*, vol. 69, pp. 661-668.

Bel G., (2009), "L'entrepreneuriat au féminin", Communication du Conseil économique, social et environnemental.

Berglann, H., Moen, E. R., Røed, K. and Skogstrøm, J. F. (2011) Entrepreneurship: Origin and Returns, *Labour Economics*, Vol. 18, n° 2, 180-193.`

Bernard C., Le Moign C, Nicolaï JP., (2013), "L'entrepreneuriat féminin", *Document de travail du CAS*, N°2013-06, avril 2013.

Bertaux, D., (1997), *Les récits de vie : perspective ethnosociologique*, Nathan, Paris.

Boncler J., Hlady-Rispal M., (2004),« L'entrepreneuriat en milieu solidaire : un phénomène singulier ? », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2004/1 Vol. 3, p. 21-32.

Boutillier S., (2008), « L'entrepreneur social, un entrepreneur socialisé dans une société entrepreneuriale ? », *Humanisme et Entreprise*, 2008/5 n° 290, p. 41-60.

Bruni A., Gherardi S., Poggio B., (2004) "Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices", *Gender, Work and Organization*, vol.11, n°4, pp. 406-429.

Bruyat, C., Julien, P.-A., (2001), « Defining the field of research in entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, vol.16, n° 2, p. 165-180.

Carrier C., Julien P-A., Menvielle W., (2006), « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », *Gestion*, 2006/2 Vol. 31, p. 36-50.

Cornet A. et Constantinidis C., (2004), « Entreprendre au féminin Une réalité multiple et des attentes différenciées », *Revue française de gestion*, 2004/4 no 151, p. 191-204.

Cornuau F., (2008), « Qui sont les entrepreneurs en France ? Et comment économistes et statisticiens se représentent-ils ces personnes ? », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 2008/32 Vol. XIV, p.181-205.

Couteret P., (2010), Peut-on aider les entrepreneurs contraints ? Une étude exploratoire, *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 9 n°2, p. 6-33.

d'Andria A., Richomme-Huet K., (2011), "Lorsque l'enfant paraît. Le Mampreneuriat : une réponse entrepreneuriale aux opportunités et contraintes de la maternité ?", *7ème Congrès de l'Académie de L'Entrepreneuriat et de l'Innovation*, Paris.

Dacin P.A., Dacin T., Matear M., (2010), "Social entrepreneurship : why we don't need a new theory and how we move forward from here", *Academy of Management*, vol.24, n°3, pp.37-57.

David A. (1999), « Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion », *Colloque de l'AIMS*, Chatenay Malabry, France.

- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). « Social enterprise in Europe: Recent trends and developments », *Social Enterprise Journal*, 4, 3, pp. 202-228.
- Dubini P. et Aldrich H. (1991), « Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process », *Journal of Business Venturing*, Vol 6, n°5, 305-313
- Duchéneau B., Orhan M. (2000), *Les femmes entrepreneurs en France*, Editions Seli Arslan, Paris.
- Fayolle A., Gailly, B. et Lassas-Clerc, N., (2006), « Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology », *Journal of European Industrial Training*, 30,701-720.
- Gurel E., Altinay L., Daniele R., (2010), « Tourism students' entrepreneurial intentions. » *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, No. 3, pp. 646–669.
- Hassoun JP., (2009), « Moderniser « l'ethnique » pour développer l'urbain. La venue d'une industrie de la feuille de brick dans une ville de banlieue », *Genèses*, 2009/3 n° 76, 52-75.
- Kokoreff D. (2013), "Faire du business dans les quartiers. Eléments sur les transformations socio-historiques de l'économie des stupéfiants en milieux populaires. Le cas du département des Hauts-De-Seine", *Déviance et société*, Vol. 24, N°4, 403-423.
- Krueger N., Carsrud A., (1993), « Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour », *Entrepreneurship and Regional Development*, 5: 315-330.
- Kwong C. , Thompson P., Cheung W., (2012), "The effectiveness of social business plan competitions in developing social and civic awareness and participation", *Academy of Management Learning and Education* , 11, 3, 324-348.
- Lapeyronnie D., Kokoreff M. (2013), *Refaire la cité - L'avenir des banlieues*, Coédition Seuil-La République des idées.
- Laspita S., Breugst N., Hebllich S., Patzelt H., (2012), « Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions », *Journal of Business Venturing*, JBV-05607, N° of Pages 22.
- Léger-Jarniou Catherine, (2008), « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes Théorie(s) et pratique(s) », *Revue française de gestion*, 2008/5 n° 185, p. 161-174.
- Maalej A., (2013), "Les déterminants de l'intention entrepreneuriale des jeunes diplômés », *La Revue Gestion et Organisation*, 5 (2013) 33–39.
- Madoui M., (2008), *Entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine en France : De la stigmatisation à la quête de la reconnaissance sociale*, Aux lieux d'être [Mondes contemporains], 190 pages.
- Mills A.J., (1988), « Organization, Gender and Culture », *Organization Studies*, Vol 9, n°3, 351-369.
- Nahapétian N., « Ces entrepreneurs qui viennent des quartiers », *Alternatives économiques* 5/ 2014 (N° 335), p. 34-34.
- Nikina A., Le Louarne S., Shelton L., (2012), « Le rôle de la relation de couple et du soutien du conjoint dans l'entrepreneuriat féminin », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2012/4 Vol. 11, p. 37-60.
- Paillé, P. et Mucchielli, A., (2007), *L'analyse qualitative*, Armand Colin, Paris.

- Ponson B. (2002), L'entrepreneuriat féminin dans l'Océan Indien : identités et mutations, *6^e Congrès international francophone sur la PME*, Montréal.
- Richez-Battesti N., Petrella F., Vallade D., (2012), "L'innovation sociale, une notion aux usages pluriels : quels enjeux et défis pour l'analyse ?", *Innovations*, 2012/2, n°38, p.15-36.
- Sanséau, P-Y, (2005), « Les récits de vie comme stratégie d'accès au réel en sciences de gestion : pertinence, positionnement et perspectives d'analyse », *Recherches qualitatives*, Vol. 25, n°2, 2005, p. 33-57.
- Shapiro A., Sokol L., (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs : Prentice Hall, chap.IV, pp. 72-90.
- Slahi B. et Boujelbene Y. (2013), « La formation de l'intention entrepreneuriale des étudiants suivant des programmes en entrepreneuriat », *La revue Gestion et Organisation*, Vol 5, N°1, 40-61.
- Smith I.H. and Woodworth W.P.(2012), « Developing Social Entrepreneurs and Social Innovators : a social identity and self-efficacy Approach, *Academy of Management Learning and Education*, 11, 3, 390-407.
- Taylor S., Spicer A., (2007), "Time for space: A narrative review of research on organizational spaces », *International Journal of Management Reviews*, [Volume 9, Issue 4](#), pages 325–346, December.
- Tisserant P., (2003), «L'entrepreneuriat immigré : contribution à l'étude de l'aide à la création d'entreprise par les personnes d'origine étrangère», *Colloque AIREPME*, Agadir.
- Tixier J., (2012), « Quand l'innovation sociale est portée par l'entrepreneuriat du travail - La bienveillance au cœur du business model ou le social business en action », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 2012/ Vol. XVIII, 161-183.
- Tornikoski E. T., Kautonen T., Le Loarne S., (2012), « Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale - Quelles leçons sur les seniors ? », *Revue française de gestion*, Vol. 8, N° 227, 95-109.
- Tounès A., Fayolle A., (2006), « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », *La Revue des Sciences de Gestion*, 2006/4 n°220-221, p. 17-30.
- Tounès A. (2006). « L'intention entrepreneuriale des étudiants : le cas français », *Revue des Sciences de gestion*, Direction et Gestion, Mai/Juin, n°41, 219.
- Toyah L. M., Curtis L. Wesley II, Williams D.E., (2012), "Educating the Minds of Caring Hearts: Comparing the Views of Practitioners and Educators on the Importance of Social Entrepreneurship Competencies", *ACAD MANAG LEARN EDU* September 11:3 349-370.
- Vesalainen, J. et Pihkala, T. (1999), "Motivation structure and entrepreneurial intentions", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.
- Vieillard-Baron H., « Banlieue, quartier, ghetto : de l'ambiguïté des définitions aux représentations », *Nouvelle revue de psychosociologie*, 2011/2 n° 12, p. 27-40.
- Waldinger, R. Aldrich R. and Ward R. (1990), (eds.), *Ethnic entrepreneurs. Immigrant business in industrial societies*, Newbury Park: Sage.
- Yordanova D.I. (2011), "The effects of Gender on Entrepreneurship in Bulgaria : un Empirical Study", *International Journal of Management*, Vol. 2, n°1, Part 2, 289-305.

Zahra S.A., Gedajlovic E., Neubaum D.O., Shulman J.M., (2009), "A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges", *Journal of Business Venturing* , vol. 24, n°5, September, pp.519-532.