Le choix d'une demande de financement auprès d'une investisseuse pour la bienveillance, et d'un investisseur pour l'ambition : Quand les jeunes entrepreneures ont une vision stéréotypée du rôle des femmes et des hommes investisseurs

Marie-Christine Chalus Sauvannet, Université Jean Moulin Lyon 3, iaelyon School of Management, Laboratoire Magellan, contact : mc.chalus-sauvannet@univ-lyon3.fr

Pauline Gibard, Université Jean Moulin Lyon 3, iaelyon School of Management, Laboratoire Magellan, contact : pauline.gibard@univ-lyon3.fr

Résumé :

Les comportements des femmes entrepreneures vis-à-vis de leurs besoins de financement sont encore aujourd'hui peu compris. Au travers de notre recherche, nous nous sommes intéressés à l'impact de l'homophilie de genre par le prisme des stéréotypes sur les choix de demandes de financement externe des entrepreneures. Grâce à 17 entretiens semi-directifs réalisés auprès de jeunes entrepreneures, nos résultats permettent de montrer qu'elles ont une vision stéréotypée du rôle des femmes et des hommes investisseurs, ce qui influence l'application, mais aussi la contre-application du concept d'homophilie de genre. Ainsi, tandis que certaines entrepreneures vont volontairement choisir de se rapprocher d'une investisseuse, se sentant mieux comprises et proches d'elle, d'autres vont choisir de le faire uniquement par stratégie, pensant avoir plus de chance d'être financées, tandis que d'autres entrepreneures font le choix de s'éloigner de leurs homologues par méfiance, et crainte de relations compliquées. A l'inverse, d'autres valorisent les investisseurs, ayant une image d'eux basées sur des représentations stéréotypées liés au succès et à l'ambition, rattaché à la masculinité.

Mots-clés : Entrepreneuriat féminin, Financement entrepreneurial, Homophilie de genre, Stéréotype de genre, Demande de financement, Recherche qualitative

INTRODUCTION

Une cause fréquemment définie comme l'une des principales difficultés que rencontrent les femmes entrepreneures (FE) dans leurs financements de leurs projets de création d'entreprise serait la sous-représentation significative des femmes dans les instances de financement (Greene et Brush, 2001 ; Stuart et Sorenson, 2003a, 2003 b ; Harrison et Mason, 2007 ; Coleman et Robb, 2009 ; Canning, Haque et Wang, 2012 ; Leiber, 2010). Pour pallier ce manque, plusieurs solutions ont vu le jour tel que les quotas, ou les politiques de discrimination positive (Bertrand 2018 ; Bohnet 2016 ; Goldin et Rouse 2000 ; Kalev, Dobbin et Kelly 2006). En effet, les recherches ont pu montrer que le genre cause plus de difficultés lorsque les femmes entrepreneurs cherchent un financement par rapport aux hommes entrepreneurs (Brana, 2013 ; Burke, van Stel, Hartog, et Ichou, 2014 ; Gicheva et Link, 2013 ; Saparito, Elam, et Brush, 2013). Ces résultats seraient en lien avec la construction genrée liés à l'entrepreneuriat, ayant un impact négatif sur l'accès des femmes entrepreneurs au financement (Alsos et Ljunggren, 2016 ; Aernoudt et De San José, 2020 ; Andriamahery et Qamruzzaman, 2022 ; Scott et Hussain, 2019 ; Wheadon et Duval-Couetil, 2019 ; Zabri et al., 2021)

Toutes ces mesures prennent racine dans un concept : celui d'homophilie, définissant que l'on a tendance à s'associer le plus souvent et le plus fortement avec ceux qui nous ressemblent, notamment d'un point de vue du genre (Snellman et Solal ; 2020 ; Ruef, Aldrich et Carter, 2003, McPherson, Smith-Lovin et Cook, 2001). Les recherches ont pu montrer que le genre cause plus de difficultés lorsque les femmes entrepreneurs cherchent un financement par rapport aux hommes entrepreneurs (Brana, 2013 ; Burke, van Stel, Hartog, et Ichou, 2014 ; Gicheva et Link, 2013 ; Saparito, Elam, et Brush, 2013). Ces résultats seraient en lien avec la construction genrée liés à l'entrepreneuriat, ayant un impact négatif sur l'accès des femmes entrepreneurs au financement (Alsos et Ljunggren, 2016 ; Aernoudt et De San José, 2020 ; Andriamahery et Qamruzzaman, 2022 ; Scott et Hussain, 2019 ; Wheadon et Duval-Couetil, 2019 ; Zabri et al., 2021).

Ainsi, bien que les recherches soulignent l'effet positif de l'homophilie de genre sur le financement (Greenberg et Mollick, 2017 ; Harrison et Mason, 2007 ; Joshi et al., 2018), le peu de femmes participant aux investissements, que ce soit en tant que gestionnaires de fonds de capital-risque ou en tant que business angels, (Aldrich, 1989 ; Moore et Buttner, 1997 ; Ruef et al., 2003) limite les FE dans leurs accès au financement entrepreneurial externe (Malmström et al., 2017). En ce sens, bien que de nombreuses recherches se soient intéressées à ces questions de représentativité des femmes au sein du secteur de la finance, l'étude de son impact sur le

financement des FE est encore récente (McGinn et Milkman 2013 ; Snellman et Solal ; 2020). Ainsi, une meilleure inclusion des femmes dans les instances de gouvernance financière permettrait de soutenir les FE par le biais d'initiatives de réseautage, de mentorat féminin, mais aussi d'engagement financier (Assenova et Mollick 2019 ; Cohen et Huffman 2007 ; Gorman 2005 ; Greenberg et Mollick 2017 ; McGinn et Milkman 2013 ; Reskin, McBrier et Kmec 1999 ; Yang, Chawla et Uzzi 2019).

Pour comprendre l'application de ce concept, il est nécessaire d'investiguer les stéréotypes de genre (Eagly et Wood, 1991 ; Guimond et Roussel, 2001 ; Levine et Ornstein, 1983 ; Nosek, Banaji et Greenwald, 2002 ; Siann at al., 1994). La littérature a souligné que les financiers perçoivent les femmes entrepreneurs comme étant différentes des hommes entrepreneurs, à savoir de l'entrepreneur « idéal », et ont tendance à associer les attributs entrepreneuriaux plus étroitement aux hommes qu'aux femmes (Ahl, 2006). Ainsi, les recherches montrent qu'il existe des différences entre les genres dans l'évaluation des attributs entrepreneuriaux et que de nombreux financiers perçoivent les femmes entrepreneurs comme manquant d'attributs entrepreneuriaux importants tels que le leadership, la propension à prendre des risques, l'expérience, l'endurance, le savoir-faire financier et la capacité à changer (Brush, Carter, Gatewood, Greene, et Hart, 2004). Ces images stéréotypées des femmes et des hommes ont été identifiées comme des facteurs contribuant au désavantage des femmes dans l'accès à la finance (Fielden et al., 2003 ; Godwin, Stevens, et Brenner, 2006).

Cette communication traite de la question du financement externe, correspondant aux financements obtenus par des sources extérieures à l'entreprise, et plus précisément du financement par capital-risque, ou par business angels (Carter et al. 2003 ; Harrison et Mason 2007) où la question du financement est fortement liée à l'homophilie (Becker-Blease et Sohl, 2007, 2011). En complètement des études concernant l'offre de financement, s'intéressant aux représentations des financeurs, cette communication aborde sous l'angle de la demande de financement les représentations et comportements des FE vis-à-vis du financement (Constantinidis, Cornet et Asandei ; 2006). En effet, bien que ces recherches nous permettent de mieux comprendre les enjeux du financement des projets portés par les femmes, elles omettent la question de la représentation que peuvent avoir les entrepreneures des financeurs où la subjectivité, la relativité et la personnalisation sont la norme (Schmitt, Ndjambou et Husson, 2017), pourtant au cœur du processus de financement, en étant les initiatrices.

Notre objectif est de comprendre comment les entrepreneures abordent l'homophilie de genre dans le cadre de leurs demandes de financement. Nous souhaitons comprendre si elles souhaitent être financées par une femme investisseuse (application du concept d'homophilie de genre), ou si elles préfèrent, à l'inverse être financées par un homme investisseur (contre application du concept d'homophilie de genre) mais également si le genre n'a pas d'importance pour elles. En lien, nous nous intéressons également aux représentations que peuvent avoir les entrepreneures des investisseurs (hommes et hommes) par le prisme des stéréotypes de genre (Greenwald, 2002 ; Siann at al., 1994). Notre objectif est de définir si les entrepreneures ont une image stéréotypée des financeurs attribués des caractéristiques liés au genre masculin et/ou féminin (Brush, Carter, Gatewood, Greene, et Hart, 2004), et comment ces représentations influencent leurs demandes de financement, et l'application d'une homophilie de genre. Ce papier cherche ainsi à répondre à la question suivante : **En quoi les représentations stéréotypées que peuvent avoir les entrepreneures des investisseurs peuvent influencer l'application (et là-contre application) du concept l'homophilie de genre dans leurs demandes de financement externes ?**

La première partie de cette communication présente notre revue de littérature ainsi que notre cadrage théorique. Dans une deuxième partie, les aspects méthodologiques de la recherche, et les spécificités des entrepreneures interrogées sont présentés. Enfin, la troisième partie expose les résultats de cette recherche et notre dernière et quatrième partie présente la discussion.

1. ENCRAGE THÉORIQUE ET REVUE DE LITTÉRATURE : HOMOPHILIE ET STÉRÉOTYPES DE GENRE DANS LE CADRE DU FINANCEMENT DES PROJETS PORTÉS PAR LES FEMMES

Dans un premier temps, nous présentons le concept d'homophilie de genre (1.1) et ses applications dans le cadre de l'entrepreneuriat (1.1.1), et dans le cadre du financement des projets portés par les entrepreneures (1.1.2). Dans un second temps, nous présentons les impacts des stéréotypes de genre (1.2) dans les activités des femmes (1.2.1) et le financement de leurs projets de création d'entreprise (1.2.2).

1.1. L'HOMOPHILIE DE GENRE : IMPLICATIONS DANS LE FINANCEMENT DES PROJETS PORTÉS PAR LES ENTREPRENEURES

L'homophilie est un concept qui définit que l'intensité et la valeur des interactions sociales sont en partie déterminées par le fait que les gens s'associent le plus souvent et le plus fortement avec ceux qui leur ressemblent, y compris dans des contextes organisationnels (Ibarra, 1992, 1997 ; McPherson et al., 2001 ; Reagans, 2005 ; 2011).

1.1.1. L'homophilie de genre : Concepts et applications pour l'entrepreneuriat

L'homophilie est basée sur l'idée que les individus catégorisent les autres sur la base de caractéristiques perceptibles et socialement significatives, comme le sexe lorsqu'ils les rencontrent et que ces classifications déclenchent des perceptions d'autosimilarité ou de différence, divisant les autres en groupes internes (« *nous* ») et externes (« *eux* ») (Malmström et al., 2017). Les chercheurs ont identifié une multitude de situations dans lesquelles ce concept d'homophilie pourrait opérer (McPherson, Smith-Lovin, et Cook, 2001 ; McGinn et Milkman, 2013), dont celle du genre. Il a été démontré que la ressemblance entre les individus augmente la communication (Kleinbaum et al., 2011 ; Reagans, 2011) et la prise en compte des connaissances transmises par les autres (Golub et Jackson, 2012) et pourrait entraîner des résultats positifs en termes de productivité (Ertug et al. 2018 ; Hegde et Tumlinson 2014 ; Ingram et Roberts 2000 ; Ody-Brasier et Fernandez-Mateo 2017).

Pour les femmes, ces liens entre personnes du même sexe ont le potentiel de leur fournir une source importante de soutien émotionnel et instrumental, tandis que les hommes auraient plus tendance à compter sur ces liens pour obtenir des conseils, de l'influence et un accès aux ressources du réseau (Ibarra, 1992, 1997). Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les recherches démontrent que les fondateurs qui cherchent à former des équipes sont attirés par les personnes qui leur ressemblent (Ruef, Aldrich et Carter, 2003 ; Greenberg, 2014), faisait ainsi référence à des caractéristiques similaires, telles que le sexe, l'origine, la nationalité, ou l'apparence plus généralement (Ruef, Aldrich et Carter, 2003, p. 196 ; voir également McPherson, Smith-Lovin et Cook, 2001).

1.1.2. Homophilie de genre et financement des projets portés par les femmes entrepreneures

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, ce concept d'homophilie reste encore peu mobilisé, mais se développe sur le sujet du soutien des femmes par les femmes (Snellman et Solal ; 2020). Les recherchent montrent que l'homophilie influence les décisions d'investissement (Greenberg et Mollick, 2017 ; Harrison et Mason, 2007 ; Joshi et al., 2018) et les FE ont plus de succès dans

leur accès au financement lorsque les investisseurs sont des femmes (Ewens et Townsend, 2020) ont constaté que. Pour autant, comme très peu de femmes participent aux investissements, en tant que gestionnaires de fonds de capital-risque ou comme Business angels, l'homophilie de genre limiterait leur accès au financement (Malmström et al., 2017).

Pour autant, bien que l'homophilie de genre puisse ouvrir des opportunités d'accès au financement pour les femmes, elle peut également entraver leurs activités entrepreneuriales (Greenberg et Mollick 2017 ; Kanze et al. 2018 ; Thébaud 2015). En effet, les recherches montrent ainsi que lorsqu'une FE reçoit un premier investissement de la part d'une investisseuse, cette réussite est susceptible d'être attribuée, au moins en partie, à un traitement préférentiel ou à une forme d'activisme (Greenberg et Mollick 2017). Ainsi, pour sa réussite pourrait être attribuée à un facteur externe, plutôt qu'à ses compétences, connaissances et à son travail (Tinkler et al. 2015). Dans le contexte de l'entrepreneuriat, cela est particulièrement susceptible d'être le cas, le succès étant généralement associé à la masculinité (Balachandra et al. 2017 ; Bird et Brush 2002 ; Buttner et Rosen 1988 ; Gupta et al. 2009) et où les femmes reçoivent généralement des évaluations moins favorables (Bigelow et al. 2014 ; Kanze et al. 2018 ; Thébaud 2015 ; Tinkler et al. 2015).

Pour les investisseuses, il existe également un risque à financer leurs homologues, notamment quand elles travaillent dans un environnement masculin (Snellman et Solal ; 2020). Elles peuvent être confrontées à des réactions négatives de la part de leurs collègues masculins pour s'être engagées dans ce qui pourrait être perçu comme une tentative de « *construire des coalitions féminines* » (Ragins 1989, p28), et risquent d'être considérées comme incapables de discernement (Duguid, Loyd et Tolbert 2012 ; Loyd et Phillips 2006). Par conséquent, les femmes qui soutiennent d'autres femmes peuvent être évaluées comme des leaders moins compétents et moins efficaces (Hekman et al. 2017). Ainsi, la présence des femmes dans les instances de décisions pourrait être préjudiciable pour elles-mêmes si elles n'ont pas été expressément embauchées pour remplir ce rôle (Duguid, Loyd et Tolbert, 2012 ; Hekman et al. 2017). Bien que les récentes recherches se multiplient, elles s'intéressent à ce stade, particulièrement à la question de l'homophilie par rapport à des investisseuses et investisseurs (McGinn et Milkman 2013 ; Snellman et Solal ; 2020), délaissant la question de la représentation des entrepreneures et les comportements associés (Schmitt, Ndjambou et Husson, 2017).

1.2. STEREOTYPES DE GENRE ET THEORIE DE LA CONGRUENCE DES ROLES : ENJEU MAJEUR DANS LA COMPREHENSION DES REPRESENTATIONS DES FEMMES ENTREPRENEURES

Les stéréotypes de genre sont définis comme un ensemble de représentations ou d'impressions attribuées à un individu selon son appartenance à un groupe (McGarty et al., 2002). Ainsi, les femmes auraient des qualités relationnelles (expressivité, connectivité, parenté, gentillesse, soutien, timidité), tandis que les hommes sont associés à des qualités plus argentiques[1] (indépendance, agressivité, autonomie, instrumentaliste, courage) (Gupta et al., 2009). Ces caractéristiques stéréotypées attribuées aux deux sexes décriraient non seulement comment sont les hommes et les femmes (stéréotypes descriptifs), mais aussi comment ils devraient être (stéréotypes prescriptifs) (Heilman, Wallen, Fuchs, et Tamkins, 2004 ; Schein, 2001).

1.2.1. Les stéréotypes de genre liés à l'entrepreneuriat ancré dans théorie de la congruence des rôles

Bien qu'elle ne soit pas abordée de manière significative dans la littérature sur l'entrepreneuriat, la théorie de la congruence des rôles propose que les femmes et les hommes sont censés se comporter de manière à « correspondre » à leurs rôles stéréotypés, c'est-à-dire à ce qu'ils aient une congruence des rôles (Eagly & Karau, 2002). Certains rôles peuvent être considérés comme stéréotypes masculins ou féminins (Konrad, Ritchie, Lieb, & Corrigall, 2000 ; Nieva & Gutek, 1980), ce qui amène les individus à s'attendre à un ensemble particulier d'attitudes et de comportements conformes aux rôles. Lorsque les attributs d'une personne sont perçus comme ne correspondant pas au rôle, cette personne peut être considérée comme moins susceptible de réussir et de répondre aux attentes en matière de performance (Malmström et al., 2017). Le comportement qui n'est pas conforme aux attentes peut être évalué négativement ou ne pas être évalué du tout (Ely & Meyerson, 2000). En outre, les comportements entrepreneuriaux positifs communément acceptés sont évalués comme moins favorables lorsqu'ils sont adoptés par une femme (Eagly & Karau, 2002). La théorie de la congruence des rôles dans le domaine de la finance entrepreneuriale suggère donc que lorsqu'un membre du groupe stéréotypé (c'est-à-dire une femme) et un rôle incongru (c'est-à-dire un entrepreneur) sont réunis dans l'esprit d'un financier, l'incohérence entre les deux attentes du rôle diminuera l'évaluation du membre du groupe en tant qu'occupant du rôle (Malmström et al., 2017). Le risque de subjectivité existe ainsi lorsque les financiers ont un stéréotype sur un groupe tel que les femmes qui est

[1] Cette caractéristique, difficilement traduisible en français, traduit la mesure de la domination de l'interaction, c'est-à-dire par l'affirmation de soi, la maîtrise de soi et l'envie d'exercer le pouvoir (Gupta et al., 2009)

incompatibles avec les attributs qui sont censés être nécessaires pour réussir dans le d'un entrepreneur (Bakan, 1966 ; Eagly, 1987).

1.2.2. Les stéréotypes de genre : application et effets pour les femmes entrepreneures et le financement de leurs projets

L'entrepreneuriat a été historiquement défini comme un domaine réservé aux hommes d'affaires, et les caractéristiques stéréotypées des entrepreneurs à succès, telles que « *agentic* », « *pragmatique* » et « *risk-taking* », sont des traits masculins (Bruni, Gherardi et Poggio, 2004 ; Calas, Smircich et Bourne, 2009 ; Yang et Aldrich, 2014). Ainsi, les stéréotypes de genre reflèteraient des croyances selon lesquelles l'entrepreneur idéal est un homme, et non une femme (Ahl, 2006), créant des perceptions défavorables des dirigeantes et de leur aptitude (Eagly et Karau, 2002 ; Eagly, Makhijani et Klonsky, 1992 ; Heilman, 2001). Les entrepreneures sont ainsi généralement considérées comme inférieures aux hommes en ce qui concerne les qualités jugées nécessaires pour réussir dans le monde des affaires, et les compétences qu'elles ont sont relativement moins appréciées que celles des hommes (Marlow, 2002 ; Northouse, 2003). Dans le cadre de la question du financement, la question des stéréotypes est fondamentale, notamment quand elles concernent les entrepreneures. En effet, les recherches soutiennent que les stéréotypes limitent la capacité des femmes à accumuler du capital social, culturel, humain et financier (Gupta et al., 2019). De plus, ces entrepreneures sont plus susceptibles d'avoir des entreprises de services ou de commerce, plus petites, à croissance plus lente et moins rentables (Carter et al., 2003), ce qui, à son tour, renforce ces stéréotypes (Carter et Williams, 2003) et influence défavorablement les intentions de financement de la part des investisseurs et des capital-risqueurs (Carter et Rosa, 1998 ; Gatewood et al, 2003 ; Marlow et Patton, 2005).

2. MÉTHODOLOGIE : UNE RECHERCHE QUALITATIVE PAR ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS

2.1. UNE APPROCHE SOCIO CONSTRUCTIVE DU GENRE POUR APPREHENDER LES REALITES DES FEMMES ENTREPRENEURES

Notre recherche s'ancre dans un positionnement épistémologique constructiviste (Avenier et Thomas, 2013 ; Le Moigne 1995). En nous appuyant sur le principe du pragmatisme, selon lequel la vérité n'existe pas, mais se révèle par l'expérience, nous nous référons aux

perspectives fondatrices du paradigme épistémologique constructiviste téléologique (PECT) (von Glasersfeld, 1984). L'intérêt de ce positionnement réside dans le fait de nous intéresser à la connaissance issue du réel expérimenté des acteurs de l'organisation et, dans notre cas, aux représentations de l'entrepreneur (Schmitt, 2017). En lien, nous nous inspirons de l'approche socioconstructiviste, initiée par Ahl (2006) qui propose d'étudier le « genre » comme tout domaine de l'activité humaine (activité professionnelle, entreprise, industrie ou entrepreneuriat). Cette méthode permet de rendre compte de problématiques vastes et riches, liées aux vécus, aux profils, aux pratiques et aux comportements se rapportant à divers aspects de l'entrepreneuriat féminin (Constantinidis, 2014). Cette approche par le genre est plébiscitée par de nombreux chercheurs notamment Bruin, Brush et Welter (2007) qui définissent entre autres que l'identification des opportunités est influencée par la perception de soi, qui est lié au genre (Bruin, Brush, Welter, 2007). Cette lecture différenciée du genre rentre également en résonance avec la position de Ahl (2006) qui établit une distinction entre le sexe biologique des pratiques et représentations associées à la féminité et la masculinité *« A focus on gender relations brings the analyst's attention not simply to the sex of participants as embodied actors but to cultural production of their subjectivies and the material production of their social lives »* (Bird, Brush, 2002 ; Bruni, Gherardi, Poggio, 2004).

2.2. UNE APPROCHE QUALITATIVE EXPLORATOIRE A VISEE COMPREHENSIVE EN CONTEXTE LYONNAIS

Nous avons fait le choix d'une approche qualitative, définie comme nécessaire et utile lorsque le phénomène n'est pas suffisamment connu et que l'objectif de la recherche est de construire plutôt que de tester (Eisenhardt, 1989). Étant donné le nombre limité de travaux sur nos questionnements, une étude exploratoire a semblé une solution adaptée (Wacheux, 1996). Le choix a donc été fait d'une approche de nature qualitative à visée compréhensive, souvent adoptée dans les recherches sur les FE, répondant à une nécessité de mener des recherches approfondies pour mieux les comprendre (Ahl, 2006 ; Hughes et al., 2012, Bruin et al., 2007 ; Jamali, 2009). Cette méthodologie de recherche permet d'analyser les processus par lesquels les acteurs construisent du sens à partir de leurs expériences en contexte (Suddaby, 2006). En réponse aux enjeux de l'homophilie de genre pour les entrepreneures, nous avons fait le choix de s'intéresser exclusivement aux représentations des FE concernant leurs préférences de genre. En effet, bien que des recherches portant sur les entrepreneurs pourraient également être intéressantes, c'est face au peu de femmes Business angels ou dans des activités de Capital-Risque (Harrison et Mason, 2007) que cette question et ses enjeux prend tout son sens.

En accord avec les enjeux de notre recherche, nous avons souhaité avoir suivi une approche contextuelle pour nous intéresser aux demandes de financements des FE, ancrées dans un écosystème entrepreneurial. Nous avons fait le choix de nous intéresser à la région Auvergne-Rhône-Alpes (AURA). Première région industrielle de France, également la 2ème plus riche de France et la 5ème au niveau européen, sa préfecture, la ville de Lyon, constitue la troisième commune de France, et la deuxième unité urbaine et aire d'attraction. D'un point de vue de l'entrepreneuriat et de son financement, l'écosystème entrepreneurial lyonnais regroupe de nombreux dispositifs nationaux avec des antennes locales sur toute la région, mais aussi des dispositifs institutionnels régionaux, et locaux en lien avec les partenaires privés et publics de la ville et de la métropole. Nous souhaitons comprendre comment les FE abordent leurs demandes de financement externe au sein d'un écosystème solide, où de nombreux dispositifs sont disponibles. Nous considérons que notre question de recherche est intéressante dans ce contexte, où l'offre de financement dédiée aux entrepreneures est riche et multiple.

2.3. LE CHOIX DE S'INTERESSER A UNE POPULATION DE JEUNES ENTREPRENEURES

Afin de répondre à notre question de recherche, le choix a été fait de s'intéresser à une population d'entrepreneures précise : à savoir celle des jeunes entrepreneures. En effet, la question de l'homophilie et tout particulièrement des stéréotypes de genre est à relier aux profils des entrepreneures interrogées. Nombreuses sont les recherches qui se sont intéressées à la persistance des stéréotypes de genre sur la carrière des femmes, définissant pour certaines que la plupart de ces idées préconçues s'étaient effacées dans le temps (Hentschel et al., 2019), tandis que d'autres mettent en lumière des stéréotypes qui persistent toujours, même auprès de jeunes générations (Philibert et al., 2018). Ainsi, la transmission des stéréotypes de sexe continue de nos jours malgré une évolution notable des mentalités. Confortés par le discours des médias, notamment de la publicité, ces stéréotypes restent fortement ancrés dans l'imaginaire collectif et se transmettent de façon plus ou moins consciente de génération en génération (Brière et al., 2021). En mettant en avant l'expérience de ces jeunes femmes, nous souhaitons comprendre si leurs représentations des investisseurs sont éprises de stéréotypes, et comment ceux-ci peuvent influencer l'application du concept d'homophilie de genre.

2.4 UNE COLLECTE DE DONNÉES PAR ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS ET UNE ANALYSE PAR CODAGE PAR NVIVO

La collecte des données a été réalisée par des entretiens-semis directifs auprès de FE incubés au sein d'une structure d'accompagnement, donnant lieu à des analyses de verbatim spécifiques

avec des logiciels spécialisés (Eisenhardt, 1989 ; Miles et Huberman, 1994 et Patton, 2002). Ces entretiens avaient pour objectif d'apporter un éclairage sur le phénomène entrepreneurial (Suddaby, 2014) des FE, et plus particulièrement sur le financement de leurs projets entrepreneuriaux, phénomène peu étudié (Langley et Abdallah, 2011). Nos répondantes ont été choisies en fonction de leur capacité à favoriser l'émergence et le développement de la théorie (Glaser, Strauss, 1967; Corbin, Strauss, 2008; Morse, 2010). Un guide d'entretien a été élaboré et structuré de manière à mettre en lumière leur parcours entrepreneurial, le financement de leurs projets de création d'entreprise, et les perceptions qu'elles pouvaient avoir des investisseurs. Deux grands thèmes ont été dégagés : 1) Financement entrepreneurial externe (appréhension du financement, expérience(s) personnelle(s), trajectoires de financement envisagées) et 2) Préférences en termes du genre de l'investisseur (homme et femme) (raisons d'une préférence en termes de genre, raisons, attentes et craintes). Nous avons interrogé des FE jusqu'à obtenir la saturation théorique de nos catégories majeures d'analyse, à savoir jusqu'au moment où le recueil et l'analyse combinés des données n'apportaient plus d'éléments nouveaux susceptibles d'enrichir nos schémas interprétatifs (Glaser, Strauss, 1967).

Les entretiens réalisés ont tous été enregistrés et une retranscription complète a été réalisée. Les données textuelles ont été codées et traitées à l'aide du logiciel d'analyse de données qualitatives, NVivo12. Ce logiciel permet de gérer et d'organiser des documents textuels, de les explorer et de les analyser grâce à diverses options de codage, et d'organisation de catégories (nœuds), et visualiser les analyses par des schémas facilitant la conceptualisation. Notre analyse de données avait pour objectif de faire émerger les éléments de discours des FE et de les rapprocher, de manière itérative, des concepts pour produire des schémas interprétatifs par une démarche inductive par « d'alternance » et « d'interaction circulaire » (Guillemette, 2006) entre la collecte et l'analyse des données (Glaser, Strauss, 1967 ; Corbin, Strauss, 2008), et d'extraire les idées clés en lien avec les thèmes et les sous-thèmes du guide pour faire ressortir les éléments clés utiles à la compréhension du sujet (Pettigrew, 1990). Dans un premier temps, nous avons fait émerger des catégories descriptives thématiques à partir de la lecture des entretiens. Par la suite, nous avons établi un premier arbre de codification descriptif que nous avons appliqué à l'ensemble de nos entretiens. Cet arbre de codification a été ajusté au fur et à mesure selon l'émergence de nouvelles catégories. Dans un second temps, nous avons repris les grandes catégories pour entrer davantage dans une codification analytique et faire émerger des phénomènes significatifs parmi les témoignages des FE interrogées. En dernier lieu, nous avons

procédé à la mise en relation des catégories analytiques afin de produire des propositions théoriques que nous présenterons par la suite.

Nous avons en réalité 17 entretiens semi-directifs avec des FE, représentant 18 h 45 d'enregistrement pour une durée moyenne de 1 heure et 05 minutes par entretien. Par la suite, une étape de retranscription de la totalité des entretiens avec une moyenne de 13 pages de retranscription par entretien a été faite. L'extraction des phrases témoins a permis de déterminer une base finale de 30 pages de phrases témoins. Nous avons interrogé des FE âgées entre 20 ans et 32 ans. Les FE interrogées dans le cadre de notre recherche présentent un niveau d'études élevées, majoritairement Bac+5 dans les secteurs de l'ingénierie et des sciences de gestion. Concernant la création de leur entreprise, au moment des entretiens, elles étaient au stade de préparation ou de démarrage de leur projet. En termes de financement, elles avaient pour la plupart déjà initié des demandes de financement externe (notamment par concours, subventions et prêts bancaires) et avaient pour projet d'en demander de nouvelles dans les 6 prochains mois. Ces entrepreneures étaient toutes incubées au sein d'une structure d'accompagnement de la région Lyonnaise. Elles ont ainsi bénéficié de formations et de rencontres avec des acteurs du financement entrepreneurial, notamment du capital-risque et des Business Angels. Ce point est important, car ces entrepreneures, bien que n'ayant jamais eu d'expérience directe de financement en lien avec ces dispositifs, les connaissent et ont été formées par une structure institutionnelle à ce sujet. L'étude de leurs préférences en termes de genre, mais aussi de leurs représentations et des potentiels stéréotypes qu'elles y associent est ainsi d'autant plus intéressante. Nous présentons en annexe le tableau de synthèse de leurs profils et des projets qu'elles portent.

3 RÉSULTATS DE RECHERCHE

Pour une grande majorité des entrepreneures interrogées dans le cadre de cette recherche, le monde de la finance entrepreneurial est loin d'être familier *« Le monde de la finance m'est totalement inconnu »* (Extrait FE #_ 5). Selon elles, ce monde est associé à une image plutôt archaïque *« Je pense que l'entrepreneuriat, c'est quand même assez mixte, ce n'est pas structuré de façon archaïque, les gens sont plutôt jeunes, à part dans le financement »* (Extrait FE #_ 17) et estiment que la féminisation de ce secteur pourrait les aider *« Je pense sincèrement qu'intégrer des femmes au sein des dispositifs de financement peut nous ouvrir des portes »* (Extrait FE #_ 3), bien qu'elles ne sont pas toujours prêtes à se mobiliser en ce sens *« Je*

souhaiterais qu'il y ait plus de femmes au sein des instances de de financière, pour autant ce n'est pas quelque chose auquel je prête attention personnellement » (Extrait FE #_ 3).

Elles considèrent que cet environnement masculin n'est pas à leur avantage « *Je pense qu'il est plus facile de créer une relation avec ses homologues, donc le fait qu'on soit souvent face à des hommes nous porte préjudice »* (Extrait FE #_ 3). De plus, ces femmes estiment de pas avoir les compétences et les connaissances nécessaires quant au financement, ce qui engendre une crainte de leur part *« J'ai l'impression de ne pas avoir les codes, c'est quelque chose qui me fait extrêmement peur »* (Extrait FE #_ 2). Dans le cadre de leurs demandes de financement, les FE peuvent également avoir peur de l'accueil qu'elles peuvent recevoir, plus que du financement en tant que tel *« Dans le fait d'aller chercher une levée de fonds, ce qui me fait peur c'est le fait de paraître ridicule, et d'être très mal reçu, pas le fait de ne pas pouvoir rembourser »* (Extrait FE #_ 6), quitte à ne pas se sentir légitimes *« Tu ne te sens pas légitime parfois, moi, j'ai un gros manque de confiance, encore plus face à des gens qui en imposent, notamment les financeurs »* (Extrait FE #_12).

3.1. UN RAPPORT AUX HOMMES ET AUX FEMMES ANCREES DANS LEURS EXPERIENCES SCOLAIRES ET PROFESSIONNELLES

Bien avant d'avoir à faire aux hommes en tant qu'investisseuses, les entrepreneures ont pu développer un rapport et des relations avec eux tout au long de leurs vies. Les FE ont pu nous faire part de leurs expériences antérieures qui ont modelé leurs rapports aux hommes. Dans le milieu professionnel, les entrepreneures ont évoqué des relations difficiles *« Professionnellement, toutes les expériences que j'ai eues avec des hommes se sont mal passées »* (Extrait FE #_6). Plusieurs entrepreneures ont invoqué le manque de lien qu'elles pensent avoir avec eux *« J'ai l'impression de n'avoir rien en commun avec un homme. Il ne peut pas comprendre ma vie et je ne peux pas comprendre la sienne »* (Extrait FE #_2) et le malaise qu'elles peuvent ressentir en leur présence *« Ce n'est pas que je ne me sens pas inférieur à un homme, mais je ne suis pas à l'aise avec »* (Extrait FE #_2). Ce rapport compliqué se fait également ressentir dans le cadre de l'entrepreneuriat où les femmes évoquent une moindre confiance en elles *« Je n'ai toujours pas effacé ce syndrome de l'imposteur face aux hommes, notamment plus vieux, plus sûrs d'eux et qui maîtrisent le domaine »* (Extrait FE #_6). À l'inverse, d'autres femmes sont, elles bien plus à l'aise avec hommes *« Je suis totalement à l'aise dans ce monde masculin. Si je pense que je devais rechoisir ma vie la première chose que je changerai c'est mon sexe »* (Extrait FE #_8) notamment dans le cadre du monde

professionnel *« Souvent mes patrons étaient des hommes là où je travaillais mais je ne me suis jamais senti diminuer, à titre personnel je préfère travailler avec des hommes que des femmes »* (Extrait FE #_10).

Ces entretiens ont également fait ressortir que les rapports entre femmes ne sont pas simples et peuvent également être mouvementés *« Il y a peu, j'étais en alternance, et la personne qui m'a recruté était une femme qui avait besoin d'assoir son autorité et qui par facilité, m'a harcelé moralement »* (Extrait FE #_7), mais aussi dans le cadre de leur parcours scolaire, *« En classe préparatoire, les professeurs les plus méchants envers moi, c'étaient toujours des femmes »* (Extrait FE #_2). D'autres entrepreneures évoquent, un rapport tumultueux entre femmes, lié à une certaine volonté de domination *« « Il y a cette notion de pouvoir entre femmes quand elles réussissent, elles vont vouloir tout dominer et avoir un côté hyper masculin, c'est quelque chose que je ne supporte pas » (Extrait FE #_8)* qui a pu créer en elles, une certaine méfiance *« En grandissant, je me suis très rapidement rendu compte que c'est plus compliqué, qu'il avait plus de prise de tête. J'ai l'impression de moins bien connaître le fonctionnement des femmes, et j'ai beaucoup eu vent de problématique au travail de la part de femmes que la part d'homme » (Extrait FE #_5)*. Certaines femmes affirment, à l'inverse, mieux connaitre leurs homologues *« J'ai l'impression qu'entre femmes on a déjà un énorme passé en commun. On se comprend plus rapidement, avec les hommes, j'ai l'impression que je suis dans un total inconnu »* (Extrait FE #_6).

3.2. FAIRE FINANCER SON PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE PAR UN INVESTISSEUR : ENTRE CRAINTES ET ATTRAITS

3.2.1. Le financement par un investisseur homme : La peur d'une subjectivité et de comportements inadaptés à l'origine des craintes des femmes

Les entrepreneures interrogées ont fait part des nombreuses craintes qui planent autour du fait d'être financées par un homme. Dans un premier temps, elles sont nombreuses à ne pas se sentir à l'aise à leurs côtés *« Quand je me retrouve face à une femme ça va, j'ai un petit stress mais pas du tout le même que face à un homme. Je ne me sens pas inférieur à eux.. mais pour autant je ne suis pas à l'aise avec »* (Extrait FE #_6) et *« J'ai peur de ressentir, de ressentir ce sentiment de domination de la part d'un homme, qui pense avoir le monopole du savoir »* (Extrait FE #_11). Dans un second temps, les FE estiment que les hommes ont une certaine tendance à être plus subjectif *« J'ai l'impression que les hommes ont plus tendance à être subjectifs dans leurs choix, qu'ils pourraient s'intéresser à mon physique, à ma personne, ça pourrait me faire peur »*

(Extrait FE #_4). D'autres entrepreneures évoquent de plus grandes craintes, celle d'une relation de finance à financeur non professionnel « *Ma hantise c'est que derrière ce financement, il y ait des conditions, des sous-entendus un peu malsains, et j'espère que ça ne m'arrivera jamais. Pour moi c'est le pire scénario* » (Extrait FE #_3).

3.2.2. Le financement par un investisseur homme : Mais aussi une opportunité de faire la différence et d'être mieux valorisé

Au-delà des craintes, d'autres FE interrogées ont une attitude totalement différente et voient le fait de demander un financement auprès d'un homme comme une opportunité et ont dans l'idée de pouvoir tirer profit de leurs différences de genre *« Je pense que je serai plus valorisé par un homme qui prendrait mieux en compte le fait que je sois une femme, ce qui peut l'impressionner »* (Extrait FE #_7), potentiellement plus valorisé *"Être face à un homme, ça peut être une opportunité de sortir de la norme, de marquer des points.* (Extrait FE #_5). Malgré tout, elles estiment aussi que leurs chances de succès varient, évidemment, en fonction du profil du financeur en face d'elles *« Les hommes c'est quitte ou double, soit ils sont impressionnés par le fait que tu sois une femme, soit ils te le font payer »* (Extrait FE #_5) et « *Ça peut être sexiste, comme ça peut aussi être très bienveillant de la part des hommes »* (Extrait FE #_7).

3.3. FAIRE FINANCER SON PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE PAR UNE INVESTISSEUSE : UNE HOMOPHILIE PAS TOUJOURS OBSERVEE

3.3.1. Le financement par un investisseur femme : Une stratégie pour certaines

Plusieurs entrepreneures ont évoqué de ne pas ressentir le besoin de se rapprocher de femmes dans le cadre de leur aventure entrepreneuriale, notamment en termes de financement, considérant l'intérêt stratégique qu'il revêt. En effet, ces entrepreneures estiment avoir plus de chances d'être financées par leurs consœurs, notamment dans le cadre des projets entrepreneuriaux dits « féminins », à savoir à destination des femmes *« Si j'avais porté un projet féminin, j'aurais peut-être eu plus de facilité à aller voir des femmes pour être financé, mais c'est une question de stratégie pour moi. Je pense qu'entre femmes il y a la carte du pathos à jouer »* (Extrait FE #_7). Elles considèrent que ces projets ont plus de chance d'être financés par des femmes, se sentant plus toucher par le service proposé *« Je pense que comme mon projet parle aux femmes, finalement je serai peut-être pénalisé d'aller voir un homme qui va se sentir moins concerné »* (Extrait FE #_4). La situation de la grossesse et de la maternité a également été abordée et mise en valeur *« Je pense qu'on a plus de chance si on est enceinte et entrepreneure d'être financée par une femme qu'un homme »* (Extrait FE #_7).

3.3.2. Le financement par un investisseur femme : Un besoin pour d'autres

Pour d'autres FE, interroger, être financé par une femme est également un réel besoin. Elles sont nombreuses à estimer que ces investisseuses sont un certain symbole de réussite, et souhaitent s'en rapprocher *« Je pense que ça peut être rassurant pour certaines dont moi, d'être entouré de femmes qui ont réussi, je trouve ça plutôt encourageant, car elles ont dépassé les frontières »* (Extrait FE #_10). De plus, ces investisseuses seraient selon elles, mieux capables de comprendre leurs difficultés *« Je pense qu'une femme peut mieux comprendre le travail derrière mon business, car elle connait les difficultés qu'on peut avoir en tant que femme, ça peut lui donner envie de me financer »* (Extrait FE #_9). Ces entrepreneures estiment avoir des rapports plus sains avec elles, notamment en affaires ou elles s'estiment d'égal à d'égal *« Si je dois être honnête avec moi-même, je reçois plus facilement les remarques de la part de femmes, car pour moi c'est plus d'égal à égal, pas paternaliste qui tente de m'expliquer la vie »* (Extrait FE #_11). Elles viendraient chercher auprès des investisseuses de la bienveillance *« J'ai tendance à penser que les femmes seraient plus bienveillantes avec moi, qu'elles comprendraient mieux mes envies et ambitions »* (Extrait FE #_4) qui pourrait les aider dans leur posture entrepreneuriale et leur confiance en elles *« Le jour où je prendrais totalement confiance en moi, je ne poserai plus la question mais aujourd'hui, je préférerais me retrouve face à une femme »* (Extrait FE #_6).

3.3.3. Le financement par un investisseur femme : Mais également une crainte non négligeable

Comme présenté plus haut, les rapports des femmes entre elles ne sont pas toujours perçus comme positifs, et poussant pour certaines à ne pas être financé par elles *« Ce n'est pas parce que nous sommes du même sexe que les choses se passent nécessairement bien entre nous »* (Extrait FE #_6). Selon elles, il est plus difficile de convaincre une femme d'être financée *« Les investisseuses qui ont durement travaillé pour accéder à des postes à responsabilité pourraient être très (trop) exigeantes et difficiles à convaincre, il faut toujours prouver plus avec elles »* (Extrait FE #_7). Elles estiment également que le rapport des investisseuses à elles peut être changeant, proche de la bienveillance, comme de la méprise *« Je pense qu'on a un peu plus de pression en tant que femme si on est face à une femme, car c'est soit de la compassion, soit de mépris »* (Extrait FE #_14). Ainsi, elles considèrent qu'elles ont des rapports plus difficiles avec elles, les considérant comme plus durs à leurs égards que les investisseurs *« Les femmes ont tendance à être plus cassantes, donc on préférerait être en lien avec des hommes »* (Extrait FE

#_17). Enfin, ces entrepreneures craignent également obtenir un financement de la part d'investisseurs, plus pour leur genre, que leurs compétences et l'intérêt de leurs projets, ce qu'elles estiment comme une peur *« Je pense que si je suis financé par une femme, je pourrais avoir peur de penser qu'elle me finance seulement, car je suis une femme, et non pas pour mon projet »* (Extrait FE # 8).

3.3.4. La recherche d'un Matching plus de personnalité et de valeurs plus que de genre

Bien que la majorité des entrepreneures aient pu présenter des préférences en termes d'homophilie, ou à l'inverse, de contre homophilie, d'autres ont à l'inverse ne définisse pas le genre comme un critère de sélection important *« Je ne fais pas particulièrement attention au sexe de la personne qui peut me financer »* (Extrait FE #_4) et *« Pour moi c'est propre à chacun, la laïcité elle doit fermer les yeux donc c'est pareil dans le financement, pour moi ce n'a rien à voir avec le genre »* (Extrait FE #_2). Ces entrepreneures estiment que le fait d'être une FE peut être un avantage comme un inconvénient, et donc ne pas faire de choix en fonction *« Pour moi, être une femme peut autant jouer en ma faveur quand ma défaveur en fonction de la personne et ça n'a rien à voir avec le genre de la personne »* (Extrait FE #_7). Ainsi, elles souhaitent s'intéresser à la personnalité des investisseurs *« Ce n'est pas une question de genre selon moi. Si je vois que la personne en face comprend, mon projet est envie de m'aider de me conseiller, peu importe, il faut ce côté humain qui est important »* (Extrait FE #_7). Plus précisément, elles souhaitent savoir si elles partagent des valeurs communes *« Homme ou femme, quelle est sa perception de la vie ? Avant d'accorder sa confiance, quelle est sa perception, sa place dans le monde, c'est indispensable dans le cadre d'une ouverture au capital »* (Extrait FE #_11) et *« J'ai besoin de parler à des gens qui ont certes une vision business, mais également humaine, demain si je suis financé, je dois trouver quelqu'un qui peut comprendre ça »* (Extrait FE #_9).

3.4. DES REPRESENTATIONS DU ROLE DE FINANCEUR DES HOMMES ET DES FEMMES ANCREES DANS DES STEREOTYPES LIES A LA THEORIE DES CONGRUENCES

3.4.1. Des investisseuses considérées comme parfois trop maternelles et subjectives par les FE

Les FE interrogées ont pu expliciter les représentations qu'elles pouvaient avoir des femmes, notamment et des investisseuses. Elles ont pu définir plusieurs caractéristiques qu'elles considèrent comme communes aux femmes, et qui impacteraient leurs aptitudes en tant qu'investisseuses. Dans un premier temps, elles sont nombreuses à définir les femmes comme émotionnelles, voire parfois irrationnelles, ce qu'elles considèrent comme peu engageant dans

le cadre d'une demande de financement *« La femme est beaucoup plus émotionnelle, beaucoup plus de choses jouent sur son état d'esprit et sur son état physique. La non-linéarité des femmes c'est la raison qui pourrait me faire tourner plus vers un homme pour être financé, je préfère leur côté neutre »* (Extrait FE #_10).

Ces entrepreneures définissent ainsi que ces investisseuses seraient plus aptes à la subjectivité *« Les femmes peuvent avoir plus tendance à se poser des questions sur les autres femmes, je crois que les choses peuvent être plus irrationnelles »* (Extrait FE #_5) rendant difficile leur compréhension *« Quand j'ai à faire une femme, j'ai cette appréhension et je me demande : est-ce que le respect va être mutuel, est-ce que de son côté il n'y aura pas un besoin de prouver quelque chose en essayant d'écraser l'autre ? »* (Extrait FE #_6). Enfin, une autre caractéristique pointée par les FE est celle du trop-plein de bienveillance dont pourraient être imprégnées les femmes investisseuses *« C'est très cliché mais j'aurais peur qu'avec un trop plein de bienveillance, on ne pousse pas assez. J'ai l'impression qu'entre hommes on fait plus d'argent, on pousse plus »* (Extrait FE #_6) ce qui peut être vu comme une sorte d'infantilisation *« J'ai l'impression que les femmes ont tendance à être un peu plus maternelle, voire infantilisante dans leurs rapports aux autres, ce qui pourrait m'agacer dans le cadre d'une demande de financement »* (Extrait FE #_4).

3.4.2. Des investisseurs définis comme ambitieux et cartésiens par les FE

Les FE ont également une représentation très précise des investisseurs et de leurs aptitudes *« Quand je pense à un investisseur, je pense automatiquement à un homme »* (Extrait FE #_ 4). Elles définissent qu'ils seraient plus aptes à pouvoir les guider vers la croissance et doper leur ambition, et de les challenger dans le cadre du financement de leur projet *« Je pense que les hommes investisseurs seraient plus à même de nous pousser dans nos retranchements pour faire avancer notre projet »* (Extrait FE #_7). De plus, elles estiment qu'ils seraient dotés d'un raisonnement plus cartésien, à contrario des femmes *« J'ai l'impression que les hommes sont plus cartésiens, nous (cf. les femmes) on est un peu plus artistique et managériale, plus dans la forme »* (Extrait FE #_5).

Ces images qu'elles peuvent avoir des hommes vont plus loin que décrire leurs aptitudes, mais influencent également la perception qu'ont les femmes d'elles-mêmes. Ainsi, les FE estiment que ces investisseurs pourraient ne pas trouver leurs projets assez ambitieux et rentable *« Si je demande un financement à un homme, j'aurais tendance à penser qu'il pense de moi que je vais moins avoir de revenus et donc que je suis moins intéressante à financer qu'un homme »* (Extrait

FE #_3), ayant pour certaines, une image de la réussite associée à la masculinité *« Si j'étais financé par un homme, je pourrais craindre qu'il pense que mon projet n'est pas assez ambitieux. J'ai l'impression que je rattache toujours ça à l'image du businessman »* (Extrait FE #_4).

3.5. ÊTRE FINANCEE PAR UNE FEMME, EXPRESSION DE L'EMPOWERMENT, PAR UN HOMME, UNE EXPRESSION DE REUSSITE

Les FE interrogées ont également abordé la fierté que pourrait leur procurer le fait d'être financé par un homme investisseur, ou par une femme investisseuse. Les FE étant plus nombreuses à rencontrer des difficultés dans leurs postures entrepreneuriales, notamment dues à leur sentiment d'illégitimité, l'obtention d'un financement est une perspective très favorable aux entrepreneures, qui peut influencer positivement leurs rapports en leurs confiances en elles. Les femmes interrogées expliquent qu'être financées par une femme serait l'expression d'une certaine force féminine, représentative de l'empowerment[2] *« Je préférerais être financé par une femme parce que pour moi c'est que ça représente la force féminine, l'image de la businesswoman réussie »* (Extrait FE #_3). Selon elles, ce financement est également une expression sororité entre femmes *« Je pense que je serais encore plus fière si j'étais financé par des femmes. Je serai fière de faire un projet pour les femmes, financé par les femmes. Pour moi ça refléterait c'est le côté empowerment et sororité »* (Extrait FE #_4). Être financée par un homme est également source de fierté pour beaucoup de FE. Cette fierté résiderait que cet argent est selon elles pour difficile à obtenir *« Si je ne mens pas à moi-même, je me dirais que je suis encore plus fier d'avoir obtenu un financement de la part d'un homme, car selon moi, c'est encore plus difficile »* (Extrait FE #_6).

4. DISCUSSION

L'analyse des résultats permet de compléter et affiner les résultats obtenus dans les recherches antérieures afin d'établir de nouvelles connaissances sur l'application du concept de l'homophilie et sa non-application par la présentation des stéréotypes dont peuvent être sous emprise les FE concernant les investisseurs. Nous proposons de présenter des éclairages vis-à-vis de nos questionnements.

[2] On peut définir le concept *d'empowerment* comme un concept « multidimensionnel et fait référence à l'expansion de la liberté de choix et d'action dans toutes les sphères (sociale, économique et politique) pour façonner sa vie. Elle implique également le contrôle des ressources et des décisions » (Chattopadhyaya, 2005).

4.1. APPLICATION ET NON-APPLICATION DU CONCEPT D'HOMOPHILIE DE GENRE PAR LES FEMMES ENTREPRENEURES DANS LEURS DEMANDES DE FINANCEMENT

Nos résultats montrent que certaines entrepreneures vont volontairement choisir de se rapprocher d'un investisseur femme, se sentant mieux comprises et proches d'elle, tandis que d'autres vont le faire uniquement par stratégie, pensant avoir plus de chance d'être financées. À l'inverse, d'autres FE font le choix de s'éloigner de leurs homologues par méfiance, et crainte de relations compliquées. Ce résultat est une contribution majeure qui présente la contre-application de ce concept et vient compléter les recherches présentant les contre effets de l'homophilie de genre (Greenberg et Mollick 2017 ; Kanze et al. 2018 ; Thébaud 2015 et Tinkler et al. 2015).

4.1.1. L'influence des expériences antérieures scolaires et professionnelles des entrepreneures

Notre recherche permet de souligner l'importance des expériences de vie des entrepreneures et comment celles-ci façonnent leurs rapports à l'homophilie et influence son application, mais aussi sa contre-application. En lien avec notre positionnement épistémologique constructiviste (Avenier et Thomas, 2013 ; Le Moigne 1995) nous présentons l'importance de la compréhension des représentations des entrepreneures (Schmitt, 2017) des investisseurs. Notre approche socioconstructiviste, du genre (Ahl, 2006) nous a ainsi permis de nous intéresser aux vécus, des femmes, qui influencent leurs activités entrepreneuriales (Constantinidis, 2014). Toutes ces expériences de vies ont pu marquer les FE, qui, peu importe l'ancienneté des événements, se souviennent de leurs expériences malheureuses et marque des conséquences bien directes sur leurs appréhensions des autres et sur leurs choix en tant qu'entrepreneures, notamment en termes de financement. Ainsi, ce sont bien plus ces expériences de vies que leurs formations liées au financement qui forgent leurs rapports aux hommes et aux femmes, et par extension aux financeurs. Nous présentons ci-dessous ces impacts sur leurs rapports aux investisseurs, hommes et femmes.

4.1.2. Une application du concept de l'homophilie de genre motivé par plusieurs dimensions

Tandis que certaines entrepreneures vont volontairement choisir de se rapprocher d'une investisseuse, se sentant mieux comprises et proches d'elle, d'autres vont le faire uniquement par stratégie, pensant avoir plus de chance d'être financées. Nous présentons ainsi l'application

directe de deux types d'homophilie : l'homophilie de choix (McPherson et Smith-Lovin, 1987) et l'homophilie induite (Kossinets et Watts, 2009) en présentant les motivations sous-jacentes de ces choix (Snellman et Solal ; 2020).

Ainsi, nous observons l'application d'une homophilie dite induite (Kossinets et Watts, 2009) définie comme les caractéristiques structurelles et compositionnelles qui conduisent à des connexions sociales et interactions professionnelles, liées à des préoccupations communes au groupe. Ainsi, les femmes portant un projet définit comme « féminin » souhaitent se rapprocher d'investisseuses par stratégie pour leur projet, pensant avoir plus de chance d'être financées. Nous observons également l'application d'une homophilie dite de choix (McPherson et Smith-Lovin, 1987) faisant référence aux raisons spécifiques de chaque individu à se rapprocher de quelqu'un comme lui. Deux causes justifient de choix. Dans un premier temps, les FE souhaiteraient être financées par une investisseuse, car celle-ci est censée être plus apte à comprendre sa situation personnelle de femme, par exemple la maternité. En effet, ces femmes s'attendent à une plus grande bienveillance liée à cette situation qu'avec des investisseurs. Dans un second temps, les FE souhaiteraient être financées par une investisseuse, par peur d'une subjectivité et de comportements inadaptés de la part des hommes investisseurs. Ces femmes font, ici, un choix, non pas en faveur des femmes investisseuses, mais directement en comparaison et en opposition aux hommes investisseurs. Nous présentons ici une synthèse quant aux applications du concept de l'homophilie de genre sur la demande de financement des FE.

Tableau 1 le financement des projets portés par les entrepreneures, financés par une investisseuse : Applications du concept de l'homophilie de genre

Concepts mobilisés	**Homophilie induite** (Kossinets et Watts, 2009)	**Homophilie de choix** (McPherson et Smith-Lovin, 1987)	
Motivations	Dimension stratégique (lié au genre féminin)	Dimension humaine (lié genre au genre féminin)	Dimension humaine (lié au genre masculin)
Application demande de financement	**Des préoccupations communes au groupe induisant un plus grand intérêt pour les projets disent « féminins »**	**Une plus grande bienveillance et compréhension des difficultés et situation de vie des femmes**	**La peur d'une subjectivité et de comportements inadaptés de la part d'investisseurs**

4.1.3. La non et contre application du concept d'homophilie de genre importante à comprendre

À l'inverse des comportements définis plus haut, d'autres entrepreneures font le choix de s'éloigner de leurs homologues. Nous présentons ici la contre application du concept d'homophilie de genre (Snellman et Solal ; 2020) en reprenant les types d'homophilie : l'homophilie de choix (McPherson et Smith-Lovin, 1987) et l'homophilie induite (Kossinets et Watts, 2009), pour présenter cette fois-ci le choix des entrepreneures de se tourner vers un homme investisseur dans le cadre du financement de leurs entreprises.

Dans un premier temps, concernant la contre-application de l'homophilie dite induite (Kossinets et Watts, 2009) les FE souhaiteraient se rapprocher par stratégie de financeurs hommes, pour avoir l'opportunité de faire la différence et d'impressionner un homme par son genre. L'objectif de ces FE est de se servir des stéréotypes « négatifs » qui peuvent leur être attribués, pour les dépasser et ainsi obtenir un financement. Dans un second temps, concernant la contre-application de l'homophilie dite de choix (McPherson et Smith-Lovin, 1987), deux éléments justifient ces choix. La première cause est directement liée à la valorisation d'avoir obtenu un financement par un homme. Ces femmes souhaiteraient être financées par un investisseur, ce serait une grande fierté de soi d'obtenir leur financement, considéré comme plus difficile à emporter en comparaison à celui d'une femme investisseuse. Ces femmes vont ainsi volontairement auprès d'hommes financeurs. Elles ne veulent pas être « cataloguées » par leur genre et qu'en plus cela puisse signifier qu'elles ont bénéficié d'un avantage qui n'avait rien à voir avec la qualité de leur projet entrepreneurial.

La deuxième cause, est-elle, directement liée, non pas aux investisseurs, mais à leur rapport jugé difficile avec leurs homologues femmes. En effet, elles souhaiteraient être financées par un investisseur pour éviter ce qu'elles considèrent de la part des femmes comme une trop grande bienveillance, ou à l'inverse, souffrir de rivalité, jalousie et méfiance entre elles. Encore une fois, ces femmes font ici un choix, non pas en faveur des investisseurs, mais directement en comparaison et en opposition aux femmes investisseuses. Ces résultats présentant la contre-application de ce concept complètent les recherches sur les effets pervers de l'homophilie de genre (Greenberg et Mollick 2017 ; Kanze et al. 2018 ; Tinkler et al. 2015), partant cette fois-ci du point de vue des entrepreneures, constatant que les entrepreneures n'appliquent pas nécessairement l'homophilie de genre et s'en détournent même pour une majorité. Nous

présentons, ici, une synthèse quant à la contre-application du concept de l'homophilie de genre sur la demande de financement des FE.

Tableau 2 le financement des projets portés par les entrepreneures, financés par un investisseur : La contre-application du concept de l'homophilie de genre

Concepts mobilisés	**Contre-application de l'homophilie induite** (Kossinets et Watts, 2009)	**Contre-application de l'homophilie de choix** (McPherson et Smith-Lovin, 1987)	
Motivations	Dimension stratégique (lié au genre masculin)	Dimension humaine (lié au genre masculin)	Dimension humaine (lié genre au genre féminin)
Application demande de financement	**Une opportunité de faire la différence par son genre et d'impressionner un investisseur**	**Un plus grand accomplissement de soi dans l'obtention d'un financement de la part d'un homme**	**La peur d'une trop grande bienveillance de la part des investisseuses à leur égard, ou à l'inverse, d'une rivalité à leur égard**

Les analyses de ces résultats permettent de dégager différentes **typologies de comportements** pour les femmes et les comportements vis-à-vis de leurs demandes de financement :

Application de l'homophilie de genre

- FE homophiles par recherche de soutien : Souhaitent se rapprocher d'investisseuses se sentant mieux comprises et proches d'elle, cela va les rassurer et les conforter dans leur recherche de financements.
- FE homophiles par stratégie et opportunité : Souhaitent se rapprocher d'investisseuses par stratégie, considérant que cela peut maximiser leurs chances d'obtenir un financement.
- FE homophiles par crainte des financeurs : Souhaitent s'éloigner des d'investisseurs par peur d'une subjectivité et de comportements inadaptés de leurs parts

Contre application de l'homophilie de genre

- FE non homophiles par stratégie et accomplissement de soi : Souhaitent se rapprocher d'investisseurs par stratégie, considérant que cela peut faire la différence qu'elles peuvent impressionner par leur genre, trouvant ainsi un plus grand accomplissement de soi
- FE contre homophiles : Souhaitent s'éloigner des d'investisseuses par méfiance et crainte de relations compliquées entre femmes, ou d'un trop plein de bienveillance de leurs parts

Et enfin,

- FE ni homophiles, ni contre homophiles : Ne prêtent pas nécessairement au genre de la personne, s'intéressent à la personnalité et aux valeurs communes qu'elles peuvent avoir ensemble

4.2. REPRESENTATIONS DES INVESTISSEURS ET INVESTISSEUSES ANCREES DANS DES STEREOTYPES DE GENRE : PIERRE ANGULAIRE DE L'APPLICATION (ET NON-APPLICATION) DU CONCEPT D'HOMOPHILIE DE GENRE

Notre recherche montre en quoi les FE sont elles-mêmes emprises de stéréotypes et de mythes associés à l'entrepreneuriat (Marlow et McAdam, 2013). Nous présentons, ci-dessous, les stéréotypes dont elles peuvent être éprises au sujet des investisseurs et investisseuses. Pour présenter ces analyses, nous nous inspirons de deux catégories de stéréotypes (Scharnitzky, 2012) : **l'autostéréotype** (ce que les femmes pensent des femmes, ici investisseuses), et **l'hétérostéréotype** (ce que les femmes pensent des hommes, ici les investisseurs).

4.2.1. Une vision des investisseurs hommes liés à des représentations et stéréotypes positifs liés à l'entrepreneuriat

En complément des analyses précédentes, nos recherches mettent en évidence que les FE ont des représentations positives au sujet des hommes, pour certaines liées à des stéréotypes. En effet, ces entrepreneures considèrent que les investisseurs hommes savent comment accompagner les entrepreneures dans leur croissance. Ils leur apporteraient également une sorte de caution quant à leur qualité et développent leur ambition. Cette image correspond, encore une fois, à une vision des compétences masculines argentiques (associé entre autres à l'ambition, l'autonomie, et le courage) (Gupta et al., 2009) de l'entrepreneur idéal, qui est un homme, et non une femme (Ahl, 2006). Leurs représentations sont ainsi directement ancrées dans une vision du rôle du financeur comme masculin (Konrad, Ritchie, Lieb, & Corrigall, 2000 ; Nieva & Gutek, 1980), avec un ensemble d'attitudes et de comportements conformes aux rôles, qu'elles recherchent dans leurs demandes de financement. Ainsi, pour correspondre aux mieux à leur image de l'entrepreneuriat, ces femmes souhaitent se rapprocher d'investisseurs hommes. Elles associent ainsi leur réussite sera mieux portée par une homme qu'une femme, et une vision du financement très stéréotypés via des rôles prédéfinis adaptés à

leurs caractéristiques, qui sont défini comme des attributs positifs dans ce cadre (Malmström et al., 2017).

Ces stéréotypes descriptifs entrainent d'autres stéréotypes prescriptifs (Heilman, Wallen, Fuchs, et Tamkins, 2004 ; Schein, 2001) à l'égard des investisseuses et confortent l'idée qu'elles seraient moins aptes à accompagner leurs entrepreneures dans leurs processus de financement. En effet, ces entrepreneures considèrent pour certaines que les investisseuses seront un frein au développement de leur projet. De plus, des expériences antérieures entre femmes ont pu laisser des marques, et elles souhaitent s'en détourner, notamment pour se définir entrepreneure avant d'être FE, et pour d'autres, sortir de ce qu'elles considèrent comme un entre-soi féminin leur permet de mieux correspondre à l'image de l'entrepreneur, masculin, associé à une certaine image de la réussite (Gupta et al., 2009).

4.2.2. Des représentations et stéréotypes défavorables concernant les investisseurs femmes liés à l'entrepreneuriat

Les entrepreneures ont des représentations positives et négatives au sujet des femmes, pour certaines liées à des stéréotypes. Dans un premier temps, ces entrepreneures définissent les investisseuses comme bienveillantes avec un esprit maternel. Ainsi, elles estiment qu'elles sont capables de mieux comprendre les situations personnelles et familiales et de les accompagner. Ces représentations, bien que potentiellement réelles dans certaines situations, correspondent à des stéréotypes quand elles sont généralisées et regroupées à la question de l'investisseur, comme c'est le cas ici. Ainsi, elles correspondent à des caractéristiques associées aux femmes, telles que l'expressivité, la gentillesse, et le soutien (Gupta et al., 2009). Dans le cadre de l'entrepreneuriat, elles correspondent également à des caractéristiques qui leur sont souvent attribuées, à savoir une certaine préoccupation pour le bien-être des autres ; par exemple, affectueuse, serviable, gentille, sympathique, sensible aux relations interpersonnelles, nourricière et douce (Lee & Huang, 2018).

Dans le cadre du financement de leurs projets entrepreneuriaux, ces stéréotypes, bien que positifs à première vue, poussent certaines à préférer chercher un financement auprès d'un investisseur. Ces stéréotypes ne correspondent pas à la manière « correspondre » dont sont censés se comporter des investisseurs selon les entrepreneurs interrogés, et aux rôles stéréotypés (Eagly & Karau, 2002). Comme le défini la théorie de la congruence, les FE perçoivent ainsi les investisseurs femmes comme ne correspondant pas au rôle, et donc moins susceptible de

réussir et de répondre aux attentes du rôle défini (Malmström et al., 2017). Ainsi, ces stéréotypes descriptifs des investisseurs, femmes, soulignent et renforcent d'autres stéréotypes prescriptifs (Heilman, Wallen, Fuchs, et Tamkins, 2004 ; Schein, 2001) au sujet des hommes investisseurs, qui sont cette fois positifs. En effet, elles considèrent que les hommes sont incapables de comprendre les situations personnelles et familiales des entrepreneures, mais sont les seuls à pouvoir pousser les entrepreneures dans leurs retranchements pour avancer, ce qu'elles convoitent dans le cadre d'un financement, correspondant cette fois-ci à des stéréotypes liés à des caractéristiques associées aux entrepreneures (Gupta et al., 2009).

Dans un second temps, elles présentent également des représentations négatives qui font référence à une peur de retrouver chez ces femmes, de la condescendance, de la méfiance et de se retrouver en compétition. Elles estiment ici que ces femmes peuvent faire preuve d'une grande subjectivité dans leurs décisions et jugement, pour montrer une certaine autorité, voir l'intransigeance à l'égard des autres femmes. Encore une fois, ces représentations les incitent à penser que les investisseurs sont les seuls à faire preuve d'objectivité dans leurs choix et jugements et seraient les seules à pouvoir accompagner les femmes de manière rationnelle. Ces stéréotypes de genre que les FE associent aux investisseuses, bien que positives, sont perçus comme peu utiles voir peu recherché dans le cadre d'une demande de financement, et influence ainsi leurs comportements entrepreneuriaux (Bruton, Ahlstrom et Li, 2010). Ces représentations valorisent ainsi l'image qu'elles sont des investisseurs, qu'elles associent à une vision du succès associé à la masculinité (Balachandra et al. 2017 ; Bird et Brush 2002 ; Buttner et Rosen 1988 ; Gupta et al. 2009). Nous présentons ci-dessous une synthèse de nos analyses.

Tableau 3 Stéréotypes de genre qu'associent les FE aux investisseurs hommes et femmes influençant leurs comportements en termes de demande de financement

Représentations	Images associées	Comportements attendus	Potentiels effets prescriptifs
Représentations positives des investisseurs (H)	*Ambition* *Croissance* *Cartésiens* *Neutralité*	Les investisseurs savent comment accompagner les FE dans leurs croissances et ambitions	**Les investisseuses ne peuvent pas accompagner les FE avec ambition dans leurs croissances**

Représentations positives des investisseuses (F)	*Bienveillance Esprit maternel Compréhension*	Les investisseuses comprennent avec bienveillance les situations personnelles et familiales des FE avec bienveillance	**Les investisseurs ne peuvent pas comprendre les situations personnelles et familiales des FE Les investisseurs peuvent pousser les FE dans leurs retranchements pour avancer**
Représentations négatives des investisseuses (F)	*Méfiance Compétitivité Jalousie , Émotionnelle Subjective*	Les investisseuses ont besoin de montrer une certaine autorité à l'égard des autres femmes Les investisseuses sont plus émotionnelles et peuvent faire preuve de subjectivité dans leurs décisions et jugements	**Les investisseurs font preuve d'objectivité dans leurs choix et à pouvoir accompagner les femmes sans compétitivité ni méfiance**

CONCLUSION

Les perspectives de recherche qu'offre ce travail exploratoire sont nombreuses, mais ne sont pas exemptes de critique. Des observations ainsi que des focus groups pourraient permettre d'analyser les incohérences dans les réponses obtenues individuellement, et sous la pression du groupe. Nous pourrons ainsi définir s'il existe un discours normatif au sein des FE, qui soutiendraient que l'homophilie de genre est appliquée par toutes. De plus, nous étudions ici les représentations des FE, mais sommes conscients qu'il peut exister une réelle différence entre leurs discours, leurs intentions, et leurs comportements finaux. Ainsi, une étude mixte alliant des entretiens semi-directifs et une analyse quantitative de leurs trajectoires de financement permettraient d'établir de potentielles divergences entre les discours de représentations des FE et leurs choix de financement.

Du point de vue théorique, notre recherche propose plusieurs contributions. Dans un premier temps, elle contribue aux recherches sur les FE (Godwin, Stevens et Brenner, 2006 ; Carrier, Julien et Menvielle, 2006 ; Panda, 2016), en s'appuyant sur les demandes des chercheurs, à savoir mieux comprendre leurs réalisés et expériences entrepreneuriales (Suddaby, 2006). Par le biais de la demande de financement (Constantinidis, Cornet et Asandei ; 2006) angle de recherche innovant encore peu étudier, nous contributions à mieux comprendre la boite noire derrière les comportements des FE vis-à-vis de leurs besoins de financement (De Bruin, Brush et Welter, 2007 ; St-Pierre et Fadil, 2011, Panda, 2016). En s'intéressant à leurs comportements, nous répondant ainsi à une demande récente des chercheurs, celle de mieux comprendre leurs choix de demandes, mais aussi de non-demande de financement externe (Kwapisz & Hechavarría, 2018).

En s'intéressant au concept de l'homophilie de genre, non pas ici du point de vue des investisseurs et investisseurs comme plusieurs fois étudiées (Snellman et Solal ; 2020), mais du côté des FE elles-mêmes, nous présentons plusieurs contributions. En appliquant ce concept à la demande de financement des entrepreneures (Constantinidis, Cornet et Asandei ; 2006), nous présentons que les FE elles-mêmes réagissent à l'homophilie de genre, guidant leurs préférences pour le genre féminin, mais aussi leur refus. Ainsi, bien que la littérature définisse l'homophilie de genre comme une contrainte à leur développement (Stuart et Sorenson, 2008) et soutient qu'une meilleure intégration des femmes dans les instances de gouvernance faciliterait l'homophilie induite conduisant de meilleurs résultats pour les femmes qui recherchent des financements (Bengtsson et Hsu, 2013), notre recherche nuance ces résultats. En nous intéressant à deux catégories de stéréotypes (Scharnitzky, 2012), l'autostéréotype et l'hétérostéréotype, en lien avec la théorie de la congruence des rôles (Eagly & Karau, 2002) nous présentons une analyse des représentations parfois stéréotypes qu'elles peuvent avoir des femmes et des hommes, notamment dans leur rôle d'investisseur. Les FE sont ainsi animées par des mythes associés à l'entrepreneuriat (Marlow et McAdam, 2013, Baron, Markman et Hirsa, 2001) qui influencent leurs comportements entrepreneuriaux (Bruton, Ahlstrom et Li, 2010). Ces images stéréotypées des investisseurs, hommes et femmes, sont défavorables aux femmes, ne correspondant pas au du financeur qu'elles considèrent comme masculin (Konrad, Ritchie, Lieb, & Corrigall, 2000 ; Nieva & Gutek, 1980).

D'un point de vue managérial, notre recherche comporte des implications importantes pour les institutions financières et, plus généralement, l'écosystème entrepreneurial, notamment les structures d'accompagnement. Notre recherche permet de sensibiliser les institutions financières quant aux concepts d'homophilie de genre (Snellman et Solal ; 2020), intrinsèquement liés aux visions parfois stéréotypes que peuvent avoir les FE du rôle d'un investisseur (Eagly & Karau, 2002). Ainsi, pour répondre au mieux à l'enjeu qu'est le financement des projets par FE, la féminisation du secteur de la finance, notamment par les Business angels ou dans des activités de Capital-Risque (Harrison et Mason, 2007), est une solution pour une partie des FE, mais loin de la majorité.

Ainsi, pour les entrepreneures elles-mêmes, cette recherche peut également leur permettre de s'interroger sur leurs propres représentations (Filion, 2008) et l'impact de leurs expériences de vie (Suddaby, 2006) sur leurs choix en termes de financement externe. Il est important pour elles, de comprendre d'où viennent leurs représentations, notamment des investisseurs, d'autant plus quand elles correspondent à une vision stéréotypée genrée. En ce sens, nous invitons les

structures d'accompagnement (Gasse et Tremblay, 2007 ; Dokou, Gasse, Abiassi et Camion, 2004) à s'intéresser à la question des stéréotypes et de l'homophilie de genre. En comprenant au mieux ces mécanismes ainsi que leurs impacts, ils pourraient accompagner au mieux les FE, en déconstruisant les représentations stéréotypées positives au sujet des investisseurs, mais aussi stéréotypées et défavorables vis-à-vis des investisseurs femmes.

En conclusion, notre recherche montre qu'au-delà de mettre en contact les entrepreneures avec des acteurs du financement externe, il est également important de leur présenter des profils divers et variés de financeurs, au risque de voir confirmer leurs représentations parfois stéréotypées de leurs rôles, ancrés dans une vision masculine du financeur (Eagly & Karau, 2002). Ainsi, bien qu'alléchante en théorie, l'homophilie de genre n'est pas nécessairement appliquée par les FE dans leurs choix de financement, et nous observons parfois même, une contre-application de concept.

Références

Adom, K., & Anambane, G. (2019). Understanding the role of culture and gender stereotypes in women entrepreneurship through the lens of the stereotype threat theory. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *12*(1), 100-124.

Ahl, H., (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *30*(5), 595-621.

Chiang, T., Birtch, T. A., & Kwan, H. K. (2016). Entrepreneurial financing in new business ventures: A help-seeking behavior perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *12*(1), 199-213.

Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K., & Brush, C. (2019). Don't Pitch Like a Girl : How Gender Stereotypes Influence Investor Decisions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 116–137.

Baron, R. A., Markman, G. D., et Hirsa, A. (2001). Perceptions of women and men as entrepreneurs: Evidence for differential effects of attributional augmenting. *Journal of Applied Psychology, 86*(5), 923–929.

Bigelow, L., Lundmark, L., McLean Parks, J., & Wuebker, R. (2014). Skirting the issues: Experimental evidence of gender bias in IPO prospectus evaluations. *Journal of Management, 40*(6), 1732–1759.

Bird, B.J., & Brush, C.G. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice, 26*, 41 - 65.

Brush, C., Bruin.A, et Welter, F. (2009). A Gender-aware Framework for Women's Entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 1(1):8-24.

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

Cohen, P. N. & M. L. Huffman. (2007). Working for the woman? Female managers and the gender wage gap. *American Sociological Review*, 72(5): 681-704.

Coleman, S. & A. Robb. (2009). A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman firm survey data. *Small Business Economics*, 33: 397-411.

Constantinidis, C., Cornet.A., et Asandei, S. (2006). Financing of Women-Owned Ventures: The Impact of Gender and Other Owner -and Firm-Related Variables. *Venture Capital* 8(2):133-57.

De Bruin, A., Candida G. Brush, et Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31(3):323-39.

Dokou K.G., Gasse Y., Abiassi A., Camion C. (2004). Influence des pratiques d'accompagnement et de recherche d'informations sur la stratégie des entrepreneurs de PME, Université de Laval, Document de travail 2004-001.

Dong, M., Jiao, J., & Xia, J. (2022). Consequences of homophily: Does social status similarity enhance project performance? *Asian Business & Management*, *21*(1), 58-81.

Edelman, L. F., Donnelly, R., Manolova, T., & Brush, C. G. (2018). Gender stereotypes in the angel investment process. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, *10*(2), 134-157.

Ely, R. J. (1994). The Effects of Organizational Demographics and Social Identity on Relationships among Professional Women. *Administrative Science Quarterly*, *39*(2), 203–238.

Ertug, G., Brennecke, J., Kovács, B., & Zou, T. (2022). What Does Homophily Do? A Review of the Consequences of Homophily. *Academy of Management Annals*, *16*(1), 38-69.

Gasse, Y. & Tremblay, M. (2016). Chapitre 3. Les nouvelles générations d'entrepreneurs : valeurs et pratiques différentes ? (le cas du Québec), *Écosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement* (pp. 89-105). EMS éditions.

Godwin, L., Stevens, C. & Brenner, N. (2006), Forced to Play by the Rules? Theorizing How Mixed- Sex Founding Teams Benefit Women Entrepreneurs in Male-Dominated Contexts, *Entrepreneurship Theory et Practice*, 30 (5), 623-642.

Gorman, E. H. (2005) Gender stereotypes, same-gender preferences, and organizational variation in the hiring of women: Evidence from law firms. *American Sociological Review*, 70: 702-728.

Greenberg, J., & Mollick, E. (2015). Leaning In or Leaning On ? Gender, Homophily, and Activism in Crowdfunding. *Academy of Management Proceedings*, *2015*(1), 18365.

Greenberg, J., & Mollick, E. (2017). Activist Choice Homophily and the Crowdfunding of Female Founders. *Administrative Science Quarterly*, 62(2), 341–374.

Greene, P. & C. Brush. (2001) Patterns of venture capital funding: Is gender a factor? *Venture Capital*, 3(1), 63-83

Groza, M. P., Groza, M. D., & Barral, L. M. (2020). Women backing women : The role of crowdfunding in empowering female consumer-investors and entrepreneurs. *Journal of Business Research*, *117*, 432-442.

Gupta, V. K., & Bhawe, N. M. (2007). The Influence of Proactive Personality and Stereotype Threat on Women's Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, *13*(4), 73-85.

Gupta, V. K., Turban, D. B., & Bhawe, N. M. (2008). The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, *93*(5), 1053-1061.

Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *33*(2), 397-417.

Gupta, V. K., Wieland, A. M., et Turban, D. B. (2019). Gender Characterizations in Entrepreneurship: A Multi-Level Investigation of Sex-Role Stereotypes about High-Growth, Commercial, and Social Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, *57*(1), 131-153.

Harrison, R. T., Botelho, T., & Mason, C. M. (2020). Women on the edge of a breakthrough? A stereotype threat theory of women's angel investing. *International Small Business Journal*, *38*(8), 768-797.

Harrison, R. T., & Mason, C. M. (2007). Does Gender Matter? Women Business Angels and the Supply of Entrepreneurial Finance. Entrepreneurship Theory and Practice, 31(3), 445–472.

Hegde, D. & Tumlinson, J. (2014). Does Social Proximity Enhance Business Partnerships? Theory and Evidence from Ethnicity's Role in U.S. Venture Capital. *Management Science*, 60(9), 2355–2380.

Hekman, D.R., Johnson S.K., Foo, M.D, & Yang, W. (2017). Does Diversity Valuing Behavior Result in Diminished Performance Ratings for Non-White and Female Leaders? *Academy of Management Journal* 60(2):771–797.

Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2019). The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes : A Current Look at Men's and Women's Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in Psychology*, *10*, 11.

Hughes, Karen D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work et Organization* 10(4):433-54.

Hughes, K-D., Jennings J-E, Brush, C., Carter, S., et Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 36(3):429-42.

Ibarra, H. (1992). Homophily and Differential Returns: Sex Differences in Network Structure and Access in an Advertising Firm. *Administrative Science Quarterly* 37(3):422–47.

Ibarra, H. (1993). Personal Networks of Women and Minorities in Management: A Conceptual Framework. *Academy of Management Review* 18(1):56–87.

Jamali, Dima. (2009). Constraints and Opportunities Facing Women Entrepreneurs in Developing Countries: À Relational Perspective. *Gender in Management: An International Journal* 24(4):232-51.

Javadian, G., & Modarresi, M. (2020). Examining the Impact of Positive Gender Stereotypes on Women' s Venture Creation Intentions : The Mediating Role of Relative Gratification and Entrepreneurial Self-efficacy. *Journal of Organizational Psychology*, *20*(4), 55-69.

Jetter, M., & Stockley, K. (2021). *Gender Match and the Gender Gap in Venture Capital Financing : Evidence from Shark Tank*. 35.

Jhamb, S., & Ryan, T. (2021). Gender Stereotyping of Emotions in Small Businesses and Entrepreneurial Ventures. *The Journal of Business Diversity*, *21*(3), 141-152.

Johnson, M. A., Stevenson, R. M., & Letwin, C. R. (2018). A woman's place is in the… startup ! Crowdfunder judgments, implicit bias, and the stereotype content model. *Journal of Business Venturing*, *33*(6), 813-831.

Kalev, A., F. Dobbin, & E. Kelley (2006) Best practices or best guesses? Diversity management and the remediation of inequality. *American Sociological Review*, 71(4):589-617.

Kang, S. K., & Inzlicht, M. (2014). Stereotype Threat Spillover : Why Stereotype Threat Is More Useful for Organizations Than It Seems. *Industrial and Organizational Psychology*, *7*(3), 452-456.

Kanze, D, Huang, L., Conley A.M, et Higgins, E.-T. (2018). We Ask Men to Win and Women Not to Lose: Closing the Gender Gap in Startup Funding. *Academy of Management Journal* 61(2):586-614.

Kim, G. (2018). Entrepreneurial financing relationships : How does gender matter? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, *10*(1), 39-60.

Kossinets, G., & Watts, D. J. (2009). Origins of homophily in an evolving social network. *American Journal of Sociology, 115*(2), 405–450.

Krieglmeyer, R., & Sherman, J. W. (2012). Disentangling stereotype activation and stereotype application in the stereotype misperception task. *Journal of Personality and Social Psychology*, *103*(2), 205-224.

Kwapisz, A., & Hechavarría, D. M. (2018). Women don't ask : An investigation of start-up financing and gender. *Venture Capital*, *20*(2), 159-190.

Laguía, A., García-Ael, C., Wach, D., & Moriano, J. A. (2019). "Think entrepreneur - think male" : A task and relationship scale to measure gender stereotypes in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *15*(3), 749-772.

Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.

Marlow, S, & Swail J. (2014). Gender, Risk and Finance: Why Can't a Woman Be More like a Man? *Entrepreneurship et Regional Development* 26(1-2):80-96.

Martiarena, A. (2022). How gender stereotypes shape venture growth expectations. *Small Business Economics*, *58*(2), 1015-1034.

McGinn, K. L., et Milkman, K. L. (2013). Looking Up and Looking Out: Career Mobility Effects of Demographic Similarity Among Professionals. *Organization Science, 24* (4), 1041-1060.

McPherson, J. M., et Smith-Lovin, L. (1987). Homophily in voluntary organizations: Status distance and the composition of face-to-face groups. *American Sociological Review, 52*(3), 370–379.

McPherson, M., Smith-Lovin, L., et Cook, J. M. (2001). Birds of a Feather : Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, *27*(1), 415-444.

Moult, S. & Anderson, A. (2005). Enterprising women: gender and maturity in new venture creation and development. *Journal of Enterprising Culture*, 13(3), 255-271.

Muntean, S. C., et Ozkazanc-Pan, B. (2015). A Gender integrative conceptualization of entrepreneurship. *New England Journal of Entrepreneurship*, *18*(1), 27-40.

Panda, D.K. (2016). Microfinance Spurs Microenterprise Development: An Exploration of the Latent Processes. *Strategic Change* 25(5):613-23.

Perez-Quintana, A., Hormiga, E., Martori, J. C., & Madariaga, R. (2017). The influence of sex and gender-role orientation in the decision to become an entrepreneur. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, *9*(1), 8-30.

Poczter, S., & Shapsis, M. (2018). Gender disparity in angel financing. *Small Business Economics*, *51*(1), 31-55.

Ragins, B. R., et Cotton, J. L. (1999). Mentor functions and outcomes: a comparison of men and women in formal and informal mentoring relationships. *The Journal of applied psychology*, 84(4), 529–550.

Ragins, B.R. (1989). Barriers to Mentoring: The Female Manager's Dilemma. *Human Relations* 42(1):1–22.

Ruef, M., Aldrihc, H. E., et Carter, N. M. (2004). The Structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties, and Isolation among U.S. Entrepreneurs. *American Sociological Review*, 69(2), 297–297.

Schmitt, C, et Husson, J. (2017). Entrepreneurial Situations, Definition and Interests for Entrepreneurial Research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 30(1):22.

Snellman, K., & Solal, I. (2020). Does Investor Gender Matter for the Success of Female Entrepreneurs? Gender Homophily and the Stigma of Incompetence in Entrepreneurial Finance. *SSRN Electronic Journal*.

Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013). Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *20*(2), 296-313.

Thai, M.T., & Turkina, E. (2014). Macro-level déterminants of formal entrepreneurship versus informal entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 29(4), 490–510*.

Thébaud, S. (2015). Status Beliefs and the Spirit of Capitalism: Accounting for Gender Biases in Entrepreneurship and Innovation. *Social Forces* 94(1):61-86.

Tinkler, J.E., Whittington, K.B., Ku, M.C., Davies, A.R. (2015). Gender and venture capital decision-making: The effects of technical background and social capital on entrepreneurial evaluations. *Social Science Research, 51(4), 1–16*.

Wakefield, J. R. H., Hopkins, N., & Greenwood, R. M. (2012). Thanks, But No Thanks : Women's Avoidance of Help-Seeking in the Context of a Dependency-Related Stereotype. *Psychology of Women Quarterly*, *36*(4), 423-431.

Young, C. (2018). Can women win on the obstacle course of business finance? *Organisation for Economic Cooperation and Development*. *The OECD Observer*, 1-4.

Aernoudt, R., & De San José, A. (2020). A gender financing gap : Fake news or evidence? Venture Capital, 22(2), 127-134.

Andriamahery, A., & Qamruzzaman, Md. (2022). Do Access to Finance, Technical Know-How, and Financial Literacy Offer Women Empowerment Through Women's Entrepreneurial Development? Frontiers in Psychology, 12, 776844.

Scott, J. M., & Hussain, J. (2019). Exploring intersectionality issues in entrepreneurial finance : Policy responses and future research directions. Strategic Change, 28(1), 37-45.

Wheadon, M., & Duval-Couetil, N. (2019). Token Entrepreneurs : A Review of Gender, Capital, and Context in Technology Entrepreneurship. Entrepreneurship and Regional Development, 31(3-4), 308-336.

Zabri, S. M., Ahmad, K., & Adonia, S. A. (2021). The influence of managerial characteristics on external financing preferences in smaller enterprises. The case of Malaysian micro-sized enterprises. Cogent Business & Management, 8 (1).

Rocha, V., & Praag, M. (2020). Mind the gap : The role of gender in entrepreneurial career choice and social influence by founders. Strategic Management Journal, 41 (5), 841-866.

Annexe

	ENTERPRENEURE		**PROJET ENTREPRENEURIAL**			
Codage	**Age**	**Parcours scolaire**	**Description projet**	**Secteur**	**Statut**	**Organisation**
FE #_1	20-25 ans	Psychologie (BAC+5)	Activité de coach de vie spécialisée dans l'amour de soi dans les relations amoureuses	Conseil, développement personnel	Recherche première client	Seule propriétaire
FE #_2	20-25 ans	Ingénierie (BAC +5)	Plateforme web pour les professionnels de santé pour la rédaction et la publication d'articles scientifiques	Conseil, Service scientifique	En cours de création	5 associés
FE #_3	20-25 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Projet qui permet aux artistes indépendants de promouvoir leurs projets musicaux	Conseil, Musique	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_4	25-30 ans	Ingénierie (BAC +5)	Production et vente de textiles sportifs pour la course, la natation et le cyclisme à destination des femmes	Textile, Sport	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_5	20-25 ans	Ingénierie (BAC +5)	Application mobile permettant aux déficients visuels d'identifier et de retrouver les objets à partir de la caméra de leur smartphone	Social, Tech	En cours de création	4 associés

FE #_6	20-25 ans	Info-com (BAC+5)	Marque de produits réutilisables du quotidien	Tech, Détails	Développement	1 associé
FE #_7	25-30 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Aides culinaires à partir de légumes et fruits, en priorité sauvés du gaspillage	Foodtech	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_8	20-25 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Urnes funéraires fabriquées à partir de matières écoresponsables qui se plantent pour laisser pousser un arbre	Tech, Funéraire	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_9	30-35 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Réparation et customisation de vêtements et équipements textiles de sport outdoor	Service, Textile	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_10	25-30 ans	Baccalauréat	Plateforme de mise en relation, réservation et paiement entre les professionnels de la filière équine et les cavaliers	Service, Plateforme	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_11	25-30 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Vente de vêtements pour bébé/enfants seconde main	Textile, Seconde main	Développement	Seule propriétaire
FE #_12	25-30 ans	Commerce gestion (BAC+3)	Plateforme pour accompagner et favoriser les achats écoresponsables à Lyon	Service, Plateforme	Recherche première client	1 associé
FE #_13	25-30 ans	Anthropologie (BAC+3)	Stand de pause clé en main pour les entreprises	Service, Social	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_14	20-25 ans	Management du Sport (BAC+5)	Semelles de protection pour pointes d'athlétisme	Produit, Sport tech	En cours de création	Seule propriétaire
FE #_15	20-25 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Production et vente de vêtements à partir de méthodes manuelles et des teintures naturelles d'Inde	Textile, Social	Développement	Seule propriétaire
FE #_16	25-30 ans	Ingénierie (BAC +5)	Animation d'ateliers ludiques et pédagogiques au jardin sur l'alimentation, la biodiversité et le potager écologique	Agriculture urbaine	Développement	3 associés
FE #_17	25-30 ans	Commerce gestion (BAC+5)	Cosmétiques naturels upcyclés issus de sous-produits	Cosmétique, Upcycling	En cours de création	1 associé