

À travers la lentille du genre : Révéler les pratiques (pas si) différentes des étudiant·es entrepreneur·es

Eynaud, Stéphanie

Université Jean Monnet – Laboratoire Coactis

stephanie.eynaud@univ-st-etienne.fr

Résumé :

L'entrepreneuriat, autrefois centré sur les pratiques commerciales, est désormais étudié dans une perspective sociale. Ce changement a mis en lumière l'importance d'observer les pratiques des entrepreneur·es. Les recherches ont souligné la dimension masculine de ces pratiques, marginalisant les femmes et créant un environnement moins favorable pour elles. Pourtant, malgré le fort développement de l'entrepreneuriat étudiant, le genre reste souvent négligé dans ses études. Notre étude qualitative auprès de 25 étudiant·es entrepreneur·es a examiné les différences et similitudes de leurs pratiques afin de mieux comprendre leurs expériences et les impacts de leur environnement. Nous avons constaté que si les valeurs néolibérales affectent de manière similaire les pratiques des étudiant·es entrepreneur·es, les structures sociales pèsent davantage sur les étudiantes entrepreneures, notamment en ce qui concerne le travail reproductif. Nous soulignons également l'impact combiné du néolibéralisme et du postféminisme, appelant à une remise en question des solutions individuelles au profit d'une analyse des structures sous-jacentes.

Mots-clés : pratiques, genre, entrepreneuriat étudiant, néolibéralisme, postféminisme

À travers la lentille du genre : Révéler les pratiques (pas si) différentes des étudiant·es entrepreneur·es

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat a évolué d'un ensemble de pratiques commerciales à un thème dominant et célébré dans la société (Weiss et al., 2023), souvent axé sur une activité économique souhaitable (Tedmanson et al., 2012). Initialement envisagé de manière strictement économique à la suite des premières recherches en entrepreneuriat menées par les économistes (Schumpeter, 1911), les études en gestion l'ont progressivement érigé en domaine à part entière dans les années 1970/1980, incitant les chercheurs à dépasser cette vision réductrice de l'entrepreneuriat en tant qu'activité purement économique, pour l'aborder sous l'angle d'une activité profondément sociale. L'entrepreneur·e n'est alors plus simplement considéré comme un agent de croissance économique, mais est examiné selon ses traits et caractéristiques (Omrane et al., 2011). De plus, le virage vers la pratique a encore une fois changé la perspective sur l'entrepreneur·e en mettant en évidence que la question "Qui est l'entrepreneur·e" (Gartner, 2002) n'est pas la plus pertinente et qu'il est nécessaire d'examiner ses pratiques.

Plus précisément, les recherches sur les pratiques entrepreneuriales à travers le prisme du genre ont révélé que le genre est manifeste dans l'activité entrepreneuriale, qui est imprégnée de normes profondément masculines. L'entrepreneuriat est ainsi souvent présenté comme étant orienté vers le profit, où l'innovation, le risque et l'incertitude sont omniprésents (Ahl, 2002, p.48 ; Bruni et al., 2004 ; Ahl, 2006). L'entrepreneur·e, quant à lui/elle, est généralement caractérisé par des traits masculins tels que l'égoïsme, la détermination et la capacité à affronter et à conquérir (p.52), en contraste avec des caractéristiques perçues comme féminines telles que la dépendance, la prudence, le désintéressement, la crédulité ou la lâcheté (p.53). L'image de

l'entrepreneur en tant qu'homme héroïque est souvent privilégiée (Smith, 2022), remettant ainsi en question la légitimité des femmes en tant qu'entrepreneures. Dans ce contexte, les femmes sont souvent considérées comme déficitaires et font face à un environnement moins favorable (Jennings & Brush 2013; McAdam et al., 2019; Neumeyer et al., 2019; Grandy & Culham, 2022). Pour surmonter ces difficultés et les soutenir leur expérience entrepreneuriale, des structures spécifiques leur sont entièrement dédiées, se concentrant principalement sur l'accès aux ressources, telles que le financement ou l'accompagnement, ainsi que le développement de leur capital social (Tremblay et al., 2020; Motoyama et al., 2021).

Dans le même temps, et dans un contexte néolibéral visant à soutenir l'idée que l'individu est responsable de son propre statut social et économique (De Benedictis & Gill, 2016), l'enseignement supérieur a développé ; soutenu, et impulsé par des directives politiques ; le développement de l'éducation à l'entrepreneuriat et de l'entrepreneuriat étudiant. Ces dispositifs ont notamment pour ambition la création d'entreprise par les étudiant·es entrepreneur·es (EE par la suite), mais également le développement d'un certain nombre de compétences, via un projet entrepreneurial, afin d'améliorer leur employabilité (Berglund, 2013). Toutefois, le genre est souvent absent des études en entrepreneuriat étudiant. Les normes masculines qui dominent dans ce domaine sont rarement mises en lumière et questionnées et les identités et pratiques des EE sont généralement envisagé·es comme neutres en genre. D'ailleurs, un accompagnement spécifique leur est dispensé vis-à-vis de leur jeunesse mais rien n'est mis en place en fonction du genre. De leur côté, les études se concentrent principalement sur la question de ce qui est enseigné, de quelle manière, mais assez peu sur l'impact sur les personnes, au-delà du développement de compétences, alors que l'éducation à l'entrepreneuriat est perçu comme un espace de travail identitaire (Frederiksen & Berglund, 2020, p.1). Finalement, ce manque d'intérêt et d'accompagnement spécifique des EE sous le prisme du genre pourrait laisser penser que les pratiques entre étudiant et étudiantes entrepreneur·es sont

identiques. Or, nous ne savons que peu de choses de leurs expériences et il semble important de mieux les comprendre afin d'à la fois leur permettre d'avoir une expérience positive, ou du moins la moins douloureuse possible. En Effet, alors qu'on insiste en éducation en entrepreneuriat sur les rêves et la joie de créer (Berglund, 2013), l'entrepreneuriat peut également être le lieu de vies gâchées, empêchées, bafouées, interdites (Germain, 2023). De plus, il semble également nécessaire de mieux saisir les impacts des stratégies de sensibilisation et d'accompagnement de l'entrepreneuriat étudiant. Enfin, pour les étudiantes entrepreneures spécifiquement, il semble également intéressant de se questionner sur les questions de maternité qui semblent poser un certain nombre d'embûches chez les femmes entrepreneures plus âgées (Richomme-Huet & d'Andria, 2013).

Afin de mieux comprendre les pratiques des EE et les éventuelles différences ou similitudes entre étudiants et étudiantes entrepreneur·es, les perspectives féministes offrent un cadre analytique précieux pour explorer les questions d'identité, de pouvoir et d'idéologie (Tedmanson et al., 2012) et nous alerter sur les expériences des étudiantes entrepreneures, mais également sur la manière dont le genre impacte les EE et l'entrepreneuriat (Ahl, 2006; Jennings & Brush, 2013).

A travers une étude qualitative menée auprès de 25 EE français·es, nous avons donc cherché à apporter des connaissances sur les pratiques des EE, et plus précisément sur leurs différences ou similitudes. Le genre étant un ensemble de pratiques produites et reproduites (West & Zimmerman, 1987), mobiliser ce concept nous permet alors de réfléchir à la manière dont le genre impact l'expérience entrepreneuriale des EE.

Cela nous a permis de mettre en évidence que les pratiques des étudiants et des étudiantes entrepreneur·es sont davantage similaires que différentes, contrairement à ce qu'évoque la littérature qui tend à opposer les pratiques des femmes entrepreneures à celles des hommes

entrepreneurs. Les valeurs néolibérales touchent les EE de manière semblable en ce qui concerne notamment l'individualisme. Toutefois, le poids des structures continue de discriminer les femmes entrepreneures, ici plus spécifiquement les étudiantes entrepreneures. Le travail reproductif semble être un enjeu majeur pour ces jeunes femmes pas encore mères. Nous invitons donc à déconstruire l'héritage qui consiste à proposer des solutions individuelles mais plutôt à questionner les structures.

1. REVUE DE LITTÉRATURE

1.1. DE L'APPROCHE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRENEURIAT A L'APPROCHE SOCIALE, L'ENTREPRENEURIAT EN TANT QUE PRATIQUE

1.1.1. L'entrepreneuriat en tant que pratiques

Alors que plusieurs chercheurs et chercheuses s'intéressent à l'entrepreneuriat depuis plusieurs décennies, c'est souvent la figure de Schumpeter qui vient en premier lieu à nos esprits. Dans son ouvrage "Théorie de l'évolution économique" écrit en 1911, il introduit la notion de destruction créatrice et donne à l'entrepreneur l'image d'un pionnier qui met en mouvement l'innovation. La fonction économique étant centrale dans sa vision de l'innovation, l'entrepreneuriat est finalement perçu en premier lieu comme une activité économique. Avec les termes utilisés de "création destructrice, poursuite d'opportunités, vigilance face aux opportunités, rupture d'un équilibre", le focus est mis sur les processus. La personne qui les accomplit est vue comme unique et importante pour la société (Ahl, 2002). Plus tard, dans les années 1970/1980, l'entrepreneuriat devient un champ à part entière dans les recherches en management, restant majoritairement influencé par Schumpeter. Au fur et à mesure les recherches en entrepreneuriat sortent d'une vision économique pour considérer l'entrepreneuriat comme une activité sociale (Barragan et al., 2018). En ce sens, l'activité entrepreneuriale devient un ensemble d'actions sociales dans lesquelles une

institutionnalisation de valeurs et de symboles prend place (Bruni et al., 2004). L'objectif est donc de regarder davantage ce qui est fait, comment cela est fait et qui le fait.

Cet objectif de regarder l'entrepreneuriat comme activité sociale peut être atteint grâce à l'étude des pratiques. On observe d'ailleurs, il y a une trentaine d'années, le tournant vers la pratique, en anglais "practice turn", dans divers domaines de recherche. Dans le champ de l'entrepreneuriat, le focus est alors mis sur les pratiques entrepreneuriales en tant qu'unité d'analyse qui de fait ne se centre plus uniquement sur les individus, les réseaux, ou encore les institutions (Champenois et al., 2019). Les pratiques peuvent dans ce cas être perçues comme un "faire" et un "dire" qui sont relationnels, incarnés, par l'intermédiaire de et organisés (Thompson, Verduijn & Gartner, 2020). L'ensemble des actions entreprises dans les pratiques revêt trois principales dimensions pouvant être résumées comme : la compréhension de comment faire les choses et de comment les autres font les choses où l'action humaine gouverne plutôt que la seule pensée; des instructions explicites et des règles qui orientent le cours de l'activité; une structure téléo affective qui fait référence à la dimension normative des pratiques en termes de fins et d'affectivité dans lequel le sentiment d'acceptation est fort (Champenois et al., 2019). Ainsi, l'expérience, l'observation, les règles implicites ou encore l'affectivité s'ajoutent à la réflexion et aux normes explicites.

Cependant, l'entrepreneuriat étudié sous l'angle des pratiques peut l'être dans différents contextes et dans diverses relations, puisque fondamentalement vues comme interrelationnelles. L'éducation à l'entrepreneuriat, et plus largement l'entrepreneuriat étudiant, se développant fortement ces dernières décennies, nous nous proposons d'évoquer ce contexte spécifique dans lequel prennent place les pratiques des étudiant·es entrepreneur·es.

1.1.2. L'enseignement de l'entrepreneuriat en milieu éducatif

Le passage de la perception de l'entrepreneuriat comme une simple activité économique à une vision intégrant ses dimensions sociales a eu des répercussions sur son enseignement. Alors que dans l'enseignement supérieur les premiers enseignements ont été amorcés en 1968 à Babson aux États-Unis et dans les années 1980 à l'EM Lyon en France, ces derniers se concentrent dans un premier temps uniquement sur les pratiques d'affaires. Cependant, face à leur démocratisation et aux changements de perception tant dans la société que dans la recherche, les méthodes traditionnelles mobilisées pour enseigner l'entrepreneuriat semblent quelque peu datées et leur actualisation s'impose pour répondre aux évolutions des attentes des pouvoirs publics (Neck & Greene, 2011). En effet, les politiques publiques européennes et nord-américaines se déploient largement ces dernières décennies (Kuratko, 2005; Mira-Bonnardel & Géniaux, 2021). Les enseignements se transforment alors pour offrir, au-delà de l'acquisition de compétences techniques, des formations et un soutien extracurriculaire visant à accroître la motivation et les compétences des EE pour créer des entreprises tout en contribuant à (re)construire leurs identités entrepreneuriales et à réécrire leurs histoires personnelles (Blenker et al., 2011).

Adaptés aux publics à faible capital social et humain (Shahidi, 2012; Delanoë-Gueguen, 2015; Le Pontois & Foliard, 2018), ces enseignements visent donc à transmettre un certain nombre de savoirs théoriques mais également à sensibiliser à l'entrepreneuriat et à accompagner les entrepreneur-es en herbe à développer leurs connaissances et compétences pour être à la fois plus employables en tant que salarié-es, en mettant alors en avant le développement des soft skills, mais également en accroissant leur auto-efficacité en entrepreneuriat (Wilson et al., 2007; Berglund, 2013). Ces dispositifs mis en place depuis plusieurs décennies, mais accentués ces dernières années, visent donc à affecter positivement les intentions entrepreneuriales et les comportements entrepreneuriaux des EE (Kolvereid, 1996; Krueger et al., 2000) sans pour

autant se réduire au seul indicateur de réussite concernant le nombre de créations d'entreprises (Mira-Bonnardel & Géniaux, 2021). L'éducation à l'entrepreneuriat devient alors un terrain fertile pour explorer les identités entrepreneuriales des EE en tant "qu' "espaces de travail identitaires" qui encouragent les étudiant·es à apprendre bien sûr mais également à "se réinventer" (Harmeling, 2011), à développer des identités entrepreneuriales (Donnellon et al., 2014), à anticiper et à initier le changement, et à faire face à l'incertitude (Gibb, 2002; Kirby, 2007) en tant que "compétence quotidienne émancipatrice" (Blenker et al., 2011 : 421)" (Frederiksen & Berglund, 2020, p.1). Cet espace de travail identitaire doit les amener à développer l'entrepreneuriat de soi, à développer leur potentiel personnel grâce à une action agentique qui n'est pas sans rappeler les liens étroits entre entrepreneuriat et néolibéralisme dans lesquels l'individualisme et la responsabilité individuelle ont un rôle important (Ahl, 2006; Ahl et Marlow, 2021).

Toutefois, alors que les travaux et les praticien·nes tendent à mettre en avant que les pédagogies en éducation en entrepreneuriat sont neutres en genre, il devient important de rappeler que les études sur le genre en entrepreneuriat ont mis en lumière que les normes, les valeurs, les pratiques liées à l'entrepreneuriat n'étaient justement pas neutres en genre mais valorisent à un ensemble de normes, valeurs, pratiques qui sont masculines (Ahl, 2006). La figure de l'entrepreneur est donc celle d'une personne supérieure et héroïque (Ogbor, 2000). Les entrepreneur·es sont invité·es à s'entreprendre et à apporter des solutions individuelles aux problèmes sociétaux. Ainsi, l'éducation à l'entrepreneuriat vise à développer l'esprit d'entreprise ("entrepreneurial selves") et la subjectivité des étudiant·es. Cela fait notamment référence à des attitudes et caractéristiques, à des habiletés désirées comme la créativité, la proactivité, la responsabilité, l'autonomie, l'ambition, la flexibilité ou encore l'ambition. Les étudiant·es doivent donc devenir les meilleures versions d'eux/elles-mêmes. Cet encouragement à développer leur "soi entrepreneur·e" est une manifestation du raisonnement

néolibéral (Laalo et al., 2023). Être entrepreneur·e aussi bien qu'être employable n'a pas de limites (Berglund, 2013). On demande aux étudiant·es de s'engager en tant que citoyen·nes en "entreprenant leur vie". Ce discours est alignée avec le discours dominant sociétal allant dans le même sens que celui sur "le progrès sociétal et la compétitivité dans une restructuration politique plus vaste de la société (Bröckling, 2015 ; Rose, 1989), influençant les écoles (Peters, 2001) et les universités (Tunstall, 2018)" (Frederiksen & Berglund, 2020, p.2). Comme nous l'avons évoqué plus haut, le seul critère de réussite de ces programmes entrepreneuriaux n'est pas uniquement la création d'entreprise. L'amélioration de l'employabilité des étudiant·es est tout aussi primordiale. Elle est devenue ces dernières décennies la clé du succès individuel, organisationnel et sociétal.

L'éducation à l'entrepreneuriat cherche donc à perturber les processus traditionnels de socialisation éducative et à aider les étudiant·es à découvrir leur véritable identité et leurs aspirations futures. Cependant, malgré cette intention, les programmes ne correspondent pas toujours aux attentes des participant·es. En effet, même si cela leur offre un espace de travail identitaire, certaines formes de constructions identitaires leur sont proposés et, en tant qu'acteurs et actrices qui créent activement du sens, certain·es ne s'y retrouvent pas et ne s'y conforment pas (Hytti & Heinonen, 2013). S'intéresser aux pratiques, notamment sous la lentille du genre puisque les pratiques entrepreneuriales, comme nous venons de le voir, sont genrées, semble donc intéressant. En effet, les constructions d'identités étant produites par les pratiques et les pratiques influencées par les identités, ces deux concepts sont étroitement liés.

1.2. GENRE, ENTREPRENEURIAT ET PRATIQUES

1.2.1. Biais de genre dans la littérature

Les premières études en genre et entrepreneuriat ont révélé un biais de genre où les traits, comportements, et activités entrepreneuriales ont eu tendance à refléter et à perpétuer des caractéristiques masculines (Bruni et al., 2004; Ahl, 2006; Calás et al., 2009). Ahl (2002), nous

donne à voir les liens entre l'échelle de la masculinité et de la féminité de Bem (1981), et leurs comparaisons avec les mots associés, ou en opposition, à l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat est alors une activité de marché à but lucratif dans le secteur privé, où l'innovation, le risque, la prise de risque, l'incertitude, la gestion, la perception d'opportunités, le changement et la croissance sont omniprésents (Ahl, 2002, p.48). L'entrepreneur·e est quant à lui/elle une personne ayant les caractéristiques masculines suivantes : égoïste, efficace, mentalement libre, déterminé, capable de résister à l'opposition, résolu ou encore prêt à se battre et à conquérir (p.52). Il/Elle est à l'opposé de la dépendance, de la prudence, du désintéressement, de la crédulité ou encore de la lâcheté, qui seraient des attributs plutôt féminins (p.53). Cela a eu des implications épistémologiques sur la façon dont le champ de l'entrepreneuriat s'est produit et reproduit en tant que domaine de connaissance et discipline académique. Ahl et Marlow (2021, p.543) nous alertent donc sur le danger épistémologique de la recherche en entrepreneuriat si les chercheurs et chercheuses manquent de perspectives critiques et réflexives sur la question de "qui" peut être entrepreneur·e et de "à quoi" il ou elle peut ressembler. En effet, pendant de nombreuses années, les caractéristiques de l'entrepreneuriat ont été associées à celles de la masculinité et sont devenues la norme (Bem, 1981; Bird & Brush, 2002; De Bruin et al., 2006). De fait, les femmes entrepreneures ont été perçues, tant dans la pratique sociale que dans la littérature, comme déficitaires en masculinité. Pour se construire en tant qu'entrepreneure et devenir légitime, elles devraient donc développer un ensemble de masculinités et se conformer aux attentes de genre. Finalement, l'entrepreneur revêtait l'image d'un homme qui, par son action entrepreneuriale, devrait favoriser une croissance économique souhaitable et les études en entrepreneuriat étaient donc aveugle au genre (Smith, 2022). Dans cette perspective, Ahl (2006) nous explique que les femmes et les hommes sont perçus comme fondamentalement différents et que l'on demande aux femmes de séparer les sphères professionnelles et familiales. Cette ontologie objectiviste/positiviste adoptée par plusieurs chercheurs et chercheuses se base

sur les différences de sexes. Toutefois, essayer d'expliquer les différences de pratiques entre hommes et femmes entrepreneur·es a été peu fructueux car peu de différences significatives ont été trouvées (Ahl, 2002). Les travaux de Hyde ainsi que d'autres recherches en psychologie montrent en effet que la variation intra-groupe est plus importante que celle inter-groupe (Calás & Smircich, 1996, p.223; Constantinidis, 2010) et concluent donc que les recherches sur les femmes en gestion ont mis 30 ans à montrer qu'elles étaient également des personnes. Les différences observées entre les pratiques des femmes et des hommes ne pouvant s'expliquer de manière biologique, naturelle, le concept de genre est alors mobilisé non seulement au niveau des individus mais également au niveau des structures et des organisations. Ahl (2002) met alors en évidence l'aspect genré des structures. Cela a notamment permis de sortir de la vision de l'activité entrepreneuriale comme pratiques non-genrées et de mettre en évidence la masculinité de pratiques de l'entrepreneuriat. Comme les pratiques étaient perçues comme non genrées, on attendait des femmes aussi bien que des hommes de se comporter selon ces règles normées. Toutefois, les femmes étant perçues différemment que les hommes, leurs pratiques ont été perçues comme plus féminines et elles ont été vues comme déficientes. Par ailleurs, leur double ou triple statut d'épouse ou de mère lorsque cela est le cas devient un frein dans un environnement entrepreneurial dans lequel la participation à des événements réseau en soirée est attendue et où les heures de travail ne doivent pas se compter. Les tâches domestiques et les tâches liées à la parentalité étant assumées par la majorité par les femmes, une injonction paradoxale s'impose à elle et un rôle de "super woman" est attendu (Ahl, 2006).

Finalement, si elles sont femmes on va regarder leurs pratiques, si elles sont femmes et mères on va regarder le lien entre vie personnelle et professionnelle en faisant attention à ce que les deux sphères soient bien séparées, si elles sont étudiantes, le genre des jeunes entrepreneur·es ne semblent que très peu abordé, à moins que les étudiantes soient dans des filières académiques dites scientifiques comme si le genre ne pouvait être présent que dans ce contexte

particulièrement masculin lié uniquement à la spécialité des études et du projet et non à l'entrepreneuriat dans son ensemble. Or, comme nous avons pu le voir, le genre est présent dans les structures et est incarné par les individus dans leurs pratiques.

1.2.2. Le genre en tant que pratique

Le genre est vu ici tel que le conçoivent les chercheurs et chercheuses des théories matérialistes et post-structuralistes. Il est comme un moyen de “s'affranchir de l'empire du sexe” (Dorlin, 2005, p.118). Il s'agit de se “défaire de l'idée de nature qui sous-tend les représentations de la différence des sexes” (Lépinard & Lieber, 2020, p.21). Le genre n'est pas quelque chose qui est donné une fois pour toute, qui est fixe, mais il varie en fonction du temps, du lieu et de la culture (Lahiri-Dutt, 2010, p.444). Il est redéfini et renégocié par les individus dans leurs interactions quotidiennes (García & Welter, 2013). Pour cette raison, le genre est quelque chose de performatif telle une assignation normative (Butler, 2002). Comme le dit cette autrice, le genre n'est pas notre essence qui se révélerait dans nos pratiques; ce sont nos pratiques du corps dont la répétition institue le genre (*ibid*, p.14). La performativité n'est donc pas un acte unique mais bien une répétition, un rituel, qui produit ses effets à travers un processus de naturalisation qui prend corps, un processus qu'il faut comprendre, en partie, comme une temporalité qui se tient dans et par la culture (*ibid*, p.36). Le genre est comme une sorte de jeu de rôle qui perdure et tient lieu de réalité. Sa performance déstabilise les distinctions mêmes entre le naturel et l'artificiel sur lesquelles le langage du genre fonctionne presque toujours (*ibid*, p.52-53). Comme nous venons de le souligner, le genre est une pratique (West & Zimmerman, 1987) (re)créé, négocié et maintenu au sein de contextes sociaux et organisationnels particuliers (Broadbridge & Simpson, 2011). Lorsque les individus performant le genre que l'on attend d'eux, on dit qu'ils “font le genre”. En revanche, lorsqu'ils transgressent dans leurs pratiques les normes de genre, on dit qu'ils “refont le genre” (García & Welter, 2013). Les individus

performant le genre en interaction et en contexte, il est donc nécessaire de situer ces rapports sociaux dans un cadre particulier puisque ce dernier va avoir une influence sur les interactions. En effet, les contextes sont emprunts de normes, de valeurs, de traditions qui est important d'avoir en tête pour comprendre ce qui se joue dans les échanges. Pour ce faire, nous mobilisons une approche encadrée en contexte comme de nombreuses autrices le préconisent (Ahl, 2002; De Bruin et al., 2006; Brush et al., 2009; Henry et al., 2016).

En institutionnalisant des valeurs et des symboles, l'action entrepreneuriale est un archétype de l'action sociale et peut être reliée au genre pour une lecture croisée de la manière dont le genre et l'entrepreneuriat sont culturellement produits et reproduits dans les pratiques sociales (Bruni et al., 2004). Dans cette perspective, nous avons cherché à comprendre les pratiques des EE et identifier dans quelles mesures elles sont similaires ou différentes.

2. CONTEXTE ET METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

2.1 Contexte de la recherche et éléments de définition

Notre étude porte sur l'expérience entrepreneuriale des EE en France. Sans revenir sur toute l'histoire de l'entrepreneuriat étudiant dans ce pays, il est important de préciser que le gouvernement a impulsé la création en 2014 de Pépites (Pôles Etudiant Pour l'Innovation le Transfert et l'Entrepreneuriat). Ces Pépites ont vocation à renforcer la culture entrepreneuriale et l'innovation dans l'enseignement supérieur. Pour ce faire, deux actions phares ont été mises en place. La première est la mise en place du Statut National d'Étudiant·e Entrepreneur·e (SNEE) visant à accompagner des étudiant·es ayant pour ambition de créer ou reprendre une activité. En plus de cette première initiative, le Diplôme Étudiant-Entrepreneur (D2E), accessible à tout étudiant·e et obligatoire pour les jeunes diplômé·es en plus du SNEE, permet aux étudiant·es d'obtenir un diplôme d'établissement pour valoriser son parcours et donc de retrouver leur statut étudiant pour une année supplémentaire. L'accompagnement y est par

ailleurs plus poussé. Parce que les jeunes diplômé·es redeviennent étudiant·es grâce au SNEE et au D2E, la population que nous étudions peut donc être à la fois encore étudiante dans une formation hors entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur ou jeune diplômée suivant seulement quelques séminaires au cours de l'année. Partant de cette définition relative aux étudiant·es entrepreneur·es, nous n'avons pas souhaité nous limiter aux étudiant·es entrepreneur·es des Pépites. En effet, les étudiant·es en master entrepreneuriat ou jeunes diplômé·es inscrit·es dans un programme d'accompagnement ont les caractéristiques primordiales qui nous intéressent à savoir : être jeune, être étudiant·e ou jeune diplômé·e, être étudiant·e. Nous avons donc centré notre échantillon sur ces caractéristiques. Toutefois, il nous a semblé intéressant d'ajouter à ce panel de jeunes diplômé·es ou étudiant·es n'étant pas accompagné·es dans leur projet ou accompagné·es dans des structures d'accompagnement non spécifiques aux étudiant·es. Cependant, nous avons veillé à ce que ces jeunes personnes soient étudiantes ou diplômé·es depuis 3 ans maximum afin que leur capital social et humain ne soient pas trop éloignés du reste de l'échantillon.

2.2. Méthodologie

Afin d'étudier l'expérience entrepreneuriale des EE, nous avons mené des entretiens exploratoires auprès de cette population. Nous avons privilégié des EE en début de projet entrepreneurial afin de toucher un certain nombre d'entre eux/elles devant encore assister à des cours, la plupart d'entre eux/elles retrouvant sinon leur statut étudiant grâce au SNEE sans pour autant devoir assister à des enseignements. Nous postulons que, au-delà de leur statut d'étudiant, le fait de suivre d'autres enseignements en dehors du domaine de l'entrepreneuriat peut avoir une influence sur leur identité. Notre démarche est donc qualitative avec une visée de compréhension, de traduction, de décodage (Van Maanen, 1979). Nous avons utilisé une méthode d'étude itérative et inductive consistant à aller sur le terrain pour ensuite faire émerger un cadre théorique pertinent. La grille d'entretien a été composée de questions ouvertes lors

desquelles nous avons laissé les interviewé·es s'exprimer librement. Au total, nous avons conduit 25 entretiens, 12 avec des hommes et 13 avec des femmes, entre le 12 janvier et le 19 avril 2023. Nous les avons contacté·es par messages personnalisés à par le biais du réseau social LinkedIn ou par mail en passant par les professionnel·les des structures d'accompagnement. Comme expliqué ci-dessus, ces EE sont impliqué·es dans divers programmes ou diverses structures d'accompagnement : certain·es sont inscrit·es au D2E et/ou possèdent le SNEE, certain·es sont incubé·es dans des incubateurs d'Écoles privées ou d'Universités, certain·es sont en master "entrepreneuriat", d'autres sont intégré·es dans un programme d'accompagnement au développement de projet entrepreneurial. Six d'entre eux/elles ne sont pas ou plus accompagné·es, deux étant étudiant et quatre étant jeunes diplômé·es.

Les EE sont parfois seuls à mener leur projet entrepreneurial, parfois en collaboration avec leur conjoint ou un membre de leur famille, et parfois en équipe avec des amis. Qu'ils ou elles soient en groupe ou non, nous avons mené ces entretiens de manière individuelle. Voici ci-dessous la composition de notre échantillon.

	Prénom	Sexe	Type d'accompagnement actuel	Durée de l'entretien en min
1	Mathilda	F	D2E	75
2	Karima	F	D2E	60
3	Dominique	H	D2E	90
4	Léo	H	D2E	60
5	Clémentine	F	D2E	45
6	Cléa	F	D2E + PAHDE	80
7	Anna	F	SNEE + PAHDE	40
8	Angèle	F	PAHDE	60

9	Hector	H	PAHDE	75
10	Astrid	F	PAHDE	45
11	Enola	F	PAHDE + Master entrepreneuriat	45
12	Ernestine	F	PAHDE + Master entrepreneuriat	60
13	Romain	H	PAHDE + Incubateur de son École de commerce	60
14	Mario	H	Master entrepreneuriat	120
15	Marius	H	Module entrepreneuriat choisi et suivi	60
16	Louise	F	Incubateur universitaire	60
17	Joseph	H	Incubateur universitaire	45
18	Emilien	H	Incubateur universitaire	60
19	Eve	F	Incubateur de son École de commerce	45
20	Thibault	H	Accompagnement de son École d'ingénieur	60
21	Eliott	H	Non accompagné	75
22	Gaëtan	H	Plus accompagné	120
23	Timéa	F	Plus accompagnée	60
24	Isabelle	F	Non accompagnée	45
25	Johan	H	Non accompagné	45

Tableau 1 : Tableau récapitulatif des interviewé·es

Lors de nos entretiens semi-directifs, nous avons tout d'abord questionné·es les EE sur leur expérience entrepreneuriale de manière très ouverte en leur demandant de nous la "raconter". Nous les avons par la suite questionné·es sur les thématiques suivantes: les dimensions personnelles (motivations, attentes, situation familiale, ...), les dimensions du projet (idée, projet, lien avec le projet, etc.), leurs liens avec l'écosystème entrepreneurial (étudiant, des femmes, etc.), leur conciliation des temps de vie (études, projet, personnel). Enfin, les entretiens

ont été clôturés en leur demandant trois définitions: celle de l'entrepreneuriat, celle de l'entrepreneuriat étudiant et celle de l'entrepreneuriat étudiant des femmes.

Avant d'entamer le processus de codage, nous avons retranscrit près de 27 heures d'enregistrements, ce qui a abouti à un total de 329 pages de transcription.

Pour l'analyse de nos entretiens, nous avons initié le processus en effectuant un codage ouvert. Nous avons observé l'émergence de différentes identités au cours de cette étape. En réponse, nous avons procédé à un nouveau codage en utilisant une grille d'analyse revisitée, dans le but de mettre en lumière les diverses identités des EE.

3. RESULTATS

Les discours des EE lors des entretiens ont fait ressortir des éléments assez forts en termes de pratique. Les EE ont en effet relaté ce qu'ils et elles ont fait et font au quotidien mais également pourquoi ils et elles ont choisi d'agir ainsi.

3.1 LES PRATIQUES DES EE

3.1.1 Pratique d'empowerment

L'empowerment consistant à prendre conscience de sa propre capacité d'agir et à accéder à plus d'autonomie, à plus de pouvoir, est une dimension très présente chez les EE. Ils et elles réagissent face aux conditions sociales, écologiques, politiques ou économiques et semblent souvent le faire contre le salariat via la voie de l'entrepreneuriat.

Cette pratique d'empowerment se traduit à travers une envie d'**exploration** afin de sortir (ou de ne pas entrer) d'un cadre salarial perçu comme trop fermé et trop rigide. Les EE envisagent donc l'entrepreneuriat comme un moyen de se projeter dans un avenir professionnel, que ce soit ou non dans la continuité de leurs études. Le monde du salariat, qui les a parfois déçues lors de stages ou d'alternances, ne les attire pas. Certain-es même le rejette. Ils et elles reprochent

au statut de salarié une position passive où la prise de décision est limitée, où la liberté d'action et d'organisation est restreinte, et où la hiérarchie peut être oppressante. Ainsi, l'entrepreneuriat leur apparaît comme une voie leur permettant un plus grand contrôle concernant leur vie et les encourage à avoir une activité professionnelle qui va leur apporter épanouissement au quotidien.

Gaëtan “On a au fond de nous cette envie de tester des choses, de découvrir le monde, d'explorer, d'aller plus loin que le cadre qu'on aurait si on était employé même avec des responsabilités dans un groupe. Quand on est entrepreneur, on touche à beaucoup plus de choses qu'en tant que salarié.”

Eve “Je ne suis pas du matin donc savoir que je peux commencer à travailler tranquillement à 10h30/11h pour moi c'est hyper satisfaisant parce que je suis plus productive alors je sais qu'en entreprise bah les transports les déplacements et levée 7h00 bon bah c'est pas quelque chose qui me correspondait.”

Etre entrepreneur·e semble être valorisant car porteur d'une image positive se référant à une personne qui agit, qui prend des décisions, qui dirige, et surtout qui **maîtrise** et conduit un projet de A à Z. La maîtrise du projet entrepreneurial par leurs soins sans trop déléguer du début à la fin semble être à la fois quelque chose qui leur tient à cœur mais également une satisfaction de voir aboutir un projet qu'ils et elles ont imaginé. Le projet doit rester “leur” projet et c'est à eux/elles de prendre les décisions nécessaires pour le mener à bien. Pour ce faire, être seul·e sur son projet semble dans un premier temps être la voie privilégiée afin d'appliquer sa propre vision et donner au projet la direction qu'ils et elles souhaitent sans faire de compromis. Certain·es sont toutefois associé·es avec des personnes avec qui ils et elles sont proches telles que des conjoints ou des ami·es de longue date. Ils/Elles se sont assuré·es en amont d'avoir une vision commune du projet.

Ernestine “Je voulais vraiment mener un projet, donner mon idée, et le voir aboutir de A à Z.”

Gaëtan “On avait vraiment cette envie de nous débrouiller par nous-mêmes et de sortir de ce modèle grand groupe peut-être parce qu'on en a fait les frais.”

Afin de développer leur projet entrepreneurial, une montée en compétences dans des domaines divers et variés est importante. En effet, la diversité des tâches et missions de tout projet entrepreneurial ajouté au fait que les EE n'ont pas ou peu d'expériences professionnelles, les amènent à devoir développer un certain nombre de connaissances. Le fait d'**apprendre** au quotidien les stimule et leur apporte satisfaction car ils et elles acquièrent de nouveaux savoirs, savoir-faire, et compétences perçus comme bien plus étendus que ceux enseignés dans leur cursus universitaire et qu'ils et elles peuvent rapidement mettre en pratique dans leur projet.

Cléa “La grosse différence par rapport aux études c'est comme des cours vous avez 2-3 ou 4h de cours sauf que bah vous décrochez pas. Vous écoutez et ça fuse dans votre tête, ça a du sens, vous l'appliquez à votre projet.”

Isabelle “Le fait d'apprendre c'est une motivation de plus en plus grande parce que je ne m'attendais pas à apprendre autant. Plus j'avance, plus je me rends compte que j'ai beaucoup à apprendre. L'argent c'est une motivation qui décroît du coup.”

Mario “Se lever chaque matin à 4h pour apprendre des choses. [...] Il faut être bon dans le domaine dans lequel on entreprend mais il faut aussi être bon dans les domaines qui entourent l'entrepreneuriat.”

3.1.2 Pratiques d'engagement

Au-delà des pratiques d'empowerment pour être et devenir plus autonomes, les EE ont de fortes pratiques d'engagement. Celui-ci est tourné principalement vers deux pratiques.

Tout d'abord, les projets entrepreneuriaux des EE adressent une problématique qui les touche personnellement de manière directe ou qui a éveillé en eux/elles un intérêt particulier. Il ne s'agit pas simplement d'entreprendre pour le simple fait d'entreprendre ou de faire de l'argent. Il s'agit avant tout de s'engager pleinement pour une cause qui leur tient réellement à cœur et ces dernières sont majoritairement sociales ou environnementales. Avoir un **impact** via le projet est central dans leur démarche.

Hector “J'ai envie d'entreprendre pas pour la richesse, ni pour voilà pour dire que j'ai une entreprise parce que je m'en fous complètement, c'est plus l'histoire d'apporter la pierre à l'édifice sur le changement du 21^e siècle et et rendre le monde un peu mieux que ce qu'il était quand je suis arrivé.”

Eve “L'entrepreneuriat en tant qu'étudiant ou jeune diplômé ce serait donc plutôt la volonté de ne pas vouloir aller en entreprise et de vouloir avoir un impact. Je pense qu'on a envie de faire quelque chose de neuf, quelque chose de vertueux, en tout cas dans la façon dont on travaille. On ne pense pas qu'à l'argent, qu'aux bénéfices qu'on peut en faire. On pense aussi à l'impact qu'on peut avoir. [...] On a peut-être ce côté nouvelle génération, on veut vraiment penser à tous nos impacts, tout ce qu'on veut créer. On veut bien faire.”

Ensuite, la réussite du projet entrepreneurial semble être intimement liée à la réussite de leur propre personne. Il semble que le projet ne puisse de toute manière pas échouer si les deux conditions suivantes sont réunies : un investissement de travail important à la hauteur de ce que demande le projet, l'adéquation personne/projet. Réussir dépendrait exclusivement donc de leur investissement personnel et de la manière dont le projet serait en adéquation avec leurs valeurs et style de vie. **Le projet est un reflet de soi.** Si le projet échoue, c'est une remise en cause entièrement personnelle qui est faite.

Amandine “J'aime aller à la rencontre des gens et j'aime me challenger donc en fait je me suis dit que ça ne pouvait que marcher puisque je suis pas du genre à lâcher face à la difficulté.”

Emilien “Si ça échoue, ben c'est toi qui échoue.”

3.1.3 Pratique de progression guidée

Les compétences à avoir pour mener à bien leur projet entrepreneurial étant diverses, et les EE n'ayant en plus que peu d'expériences professionnelles, ils et elles sollicitent leur réseau pour les accompagner dans leur parcours entrepreneurial.

Ils et elles font par exemple appel au **soutien interpersonnel**, notamment leur famille, à la fois pour obtenir des conseils, économiser de l'argent en profitant de leurs expertises professionnelles sans avoir à payer les prix du marché pour cela, mais également de se sentir soutenu·e.

Ernestine “Ma mère est avocate fiscaliste donc tout ce qui est du juridique elle connaît bien et puis la stratégie commerciale et financière via mes frères qui sont bien bien intéressés par le projet et bien impliqués quand même sur cette partie là.”

Gaëtan en parlant de leur expert-comptable “C'est le père d'un de mes associés donc ça aide énormément notamment sur la partie confiance.”

Le soutien lié aux structures d'accompagnement des jeunes est aussi recherché. Trouver une certaine **homophilie liée à la jeunesse** pour sortir de la solitude et partager est important. Le fait de se dire jeune et d'être associé·e au fait d'être jeune entrepreneur·e ne pose pas de problème voire est recherché pour leur apporter de la crédibilité et faire une transition plus douce entre statut étudiant et statut professionnel.

Hector “Si j'avais su que ça existait au moment où j'ai quitté mes études, je l'aurais fait direct je trouve ça trop cool c'est la bonne transition.”

Cléa “Ça a un côté un peu scolaire, c'est un peu encadré, donc je suis un peu tenue par la main pour me lancer. Ça me va. Je ne fais pas le grand saut tout de suite.”

3.1.4 Pratique de création de son authenticité

Les EE utilisent parfois les réseaux sociaux et le numérique pour puiser de l'inspiration et des conseils auprès d'autres entrepreneur·es, qu'ils ou elles soient célèbres ou moins connu·es. En écoutant les expériences de ces entrepreneur·es, ils et elles apprennent à éviter certaines erreurs et à progresser par procuration. Cependant, bien qu'ils et elles reconnaissent l'utilité de ces pratiques, les EE restent sceptiques quant à l'image parfois trop idéalisée de l'entrepreneuriat proposée. Ils et elles recherchent des modèles de rôles à suivre mais ont **du mal à s'identifier** à eux, préférant parfois trouver inspiration auprès de personnes proches, même si elles ne sont pas entrepreneures.

Joseph “Je suis des personnes sur LinkedIn qui sont inspirantes, qui sont des grands entrepreneurs, qui ont des belles idées mais je n'ai pas d'idole [...] Spotify aussi j'écoute quelques fois des podcasts d'entrepreneurs parce que ça raconte surtout leurs conneries et ça nous permet de les éviter.”

Clémentine “Ça a été à un moment donné, et aujourd'hui je trouve que c'est très anxiogène [...] c'est vraiment quelque chose qui est hyper important pour moi d'être inspiré par des personnes [...] [mais] on a tellement misé sur le personal branding qu'aujourd'hui j'ai l'impression que c'est juste hypocrite.”

Mario “J'ai une image dans ma tête mais je ne l'ai jamais vue. Il y a des gens où je vais me dire que cette personne là a du charisme, cette personne là a ça, mais pas réunie en une seule personne.”

Cléa “La house mum de ma famille [lorsqu'elle était fille au pair] c'est une femme très inspirante pour moi.”

Joseph “Je ne sais pas ce que c'est de suivre quelqu'un un parce qu'il t'inspire. Personne ne m'inspire à part mon grand-père.”

Ils et elles cherchent à créer leur propre **authenticité** en misant sur leur développement personnel. Le projet entrepreneurial devient alors un moyen pour le faire. Cela leur permet de mieux se connaître, au lieu de vouloir ressembler à tout prix à une autre personne.

Clémentine “C'est une manière de se connaître soi-même, sa passion, et de se challenger tous les jours. C'est une manière de mieux se connaître en fait.”

Hector “Entreprendre c'est vraiment surnager et galérer, galérer, galérer, galérer, mais pour un objectif qui nous motive assez pour aller s'amuser, pour aller se foutre dans des sables mouvants.”

D'ailleurs, ils et elles rejettent certains modèles impliquant un sacrifice total de sa vie pour son entreprise. L'**équilibre des temps de vie** semble important.

Gaëtan “Quand j'entends parler d'Elon Musk qui dort dans ses usines, ça ne me donne pas envie très honnêtement. [...] Je pense que la balance relation professionnelle, enfin vie pro et vie perso, enfin si on n'a pas un équilibre on va dans le mur, on fait un burn out.”

Océane “J'ai pas envie que ça m'étouffe et pour l'instant je suis assez contente du fait de bien distinguer les 2.”

3.1.5 Pratique de projection commune entre étudiants et étudiantes entrepreneur·es

Les EE voient en ce développement de compétences via leur projet entrepreneurial un vrai avantage sur leur CV pour améliorer leur **employabilité** s'ils et elles doivent plus tard se tourner vers le salariat en cas d'échec entrepreneurial. Le projet entrepreneurial sert donc de projet professionnel à long terme ou, s'il ne prend pas l'essor escompté, de tremplin professionnel afin d'être compétitif ou compétitive sur le marché du travail ou de lancer un nouveau projet.

Angèle “Peu importe la finalité de ce projet, il m'aura permis d'apprendre tellement de choses, de rencontrer tellement de personnes qu'après pour les projets qui suivent ça pourra peut-être aller plus vite, ça sera peut-être plus facile parce que j'aurais appris.”

Au-delà des compétences à proprement parler, l'entrepreneuriat devient un art de vivre, une occasion de se découvrir et se développer personnellement.

Astrid “J'attends que ça m'enrichisse personnellement et professionnellement parlant.”

Marius “ ...ils m'ont vendu le truc comme un art de vivre limite tu vois, et ça m'a plu donc c'est comme ça que j'ai décidé de m'y mettre quoi.”

3.1.6 Pratique de projection différente entre étudiants et étudiantes entrepreneur·es

Les étudiantes entrepreneures sont les seules à avoir parlé de **parentalité** au cours des entretiens. Elles ont parlé des questionnements ou difficultés perçues liés au fait d'être entrepreneure et potentiellement mère demain. Elles semblent ressentir un poids assez fort de leur cercle proche ou de la société de manière générale quant au fait d'avoir des enfants mais également d'avoir une vie perçue comme stable. Ces questionnements se posent à deux niveaux.

Tout d'abord en amont du lancement du projet entrepreneurial:

Clémentine “Je me disais “ok j'ai 24, si je me lance et que ça marche bon on va dire que ça va marcher vers mes 26. Ok du coup après quand est-ce que je case l'enfant ? En fait c'est genre un truc tout con en mode chronologiquement j'ai 24 il me reste 6 ans avant d'avoir la trentaine bon, dans l'idéal j'aimerais bien avoir des enfants avant 30 ans, est-ce que je le fais ou pas ?”

Pendant le projet, les étudiantes ressentent à la fois l'anxiété de décevoir leur entourage et la pression

sociale pour atteindre un statut stable à la fois sur le plan professionnel et personnel.

Timéa “C’est une pression sociétale de “mais tu vas avoir 30 ans, mais t’as jamais eu un vrai salaire, t’as jamais gagné plus de 1000€, t’as pas d’appartement, tu fais pas ci, tu fais pas ça, et toute cette pression là moi je la prends en pleine face.”

Clémentine “Il y a aussi cette impression d'être en retard par rapport à mes collègues qui ont déjà des CDI, qui ont déjà des propositions d'achat d'appartement avec leur conjoint. J'ai même des potes qui sont enceintes, qui vont se marier et du coup il y a un peu cette pression de “ok genre j'ai 24 piges, si je le fais pas maintenant je le ferai jamais (créer son entreprise) mais d'un côté si je le fais maintenant ça peut prendre 3 ans et genre elle est où en fait ma vie de mère ou femme ?”

Anna “Si un jour j’ai des enfants, je ne me vois pas avoir une carrière dans une grosse boîte où les gens finissent à des heures pas possibles. Ce n'est pas la vie de famille que je veux. Donc si t’es entrepreneuse c’est toi qui choisis tes horaires et même si tu dois travailler la nuit tu peux voir tes enfants en fin de journée.”

L’**émancipation** est un processus permettant aux individus de se libérer des contraintes sociales ou culturelles par exemple. En tant que jeune femme, étudiante, entrepreneure, celles-ci s’affranchissent des normes sociales qui leur sont d’habitude attribuées. Cela est perçu par les étudiants entrepreneurs :

Hector “On est sur une échelle de je joue à mettre le plus de difficultés comme sur un jeu vidéo. Etre une femme jeune entrepreneure et en étude c'est vraiment prendre le mode hard core du jeu vidéo et on se dit ok là je suis trop chaud je vais le faire.”

Léo “Ca fait mal de dire ça mais faut en être conscient et je pense que étant une femme ou une personne non cocasienne c’est plus compliqué et faut ramer plus que d’autres. Je ne dis pas que c’est impossible mais faut ramer plus que ça.”

Les étudiantes entrepreneures elles, évoquent leur pratique émancipatrice grâce à l'entrepreneuriat :

Karima “Je pense que c'est le début de mon émancipation, le début de quelque chose de grand.”

Louise concernant l'entrepreneuriat étudiant des femmes “C'est sortir de ces carcans un peu dans lesquels on nous enferme à longueur de temps et se donner les moyens de de se créer la vie dont on a envie [...] Vivre aussi comme on l'entend en tant que femme quoi.”

Toutefois, cette émancipation face à l'incertitude de l'issue entrepreneuriale semble ajouter un poids supplémentaire sur leur épaule concernant la crainte de jugement qui, de leurs côtés, n'est jamais évoqué chez les étudiants entrepreneurs. La pratique de la projection de l'échec ne semble en effet pas avoir le même poids pour les EE.

Cléa “...être à la hauteur sachant qu'en plus il y a un peu la pression du cercle proche [...] j'ai pas envie de leur dire que j'ai échoué, que j'y suis pas arrivée. Si je ne suis pas à la hauteur, que moi je me le dise ok, mais comment je vais le dire aux autres, comment je vais le dire à mes parents ? « bah non ça n'a pas marché, je sais pas ce que je vais faire de ma vie.» Comment je vais le dire à mes copines à qui entre guillemets ça a vendu du rêve ? ”

Même si les l'entrepreneuriat restent pour certain·es sans contraintes genrées spécifiques:

Ernestine “Il faut pas se mettre dans la tête je suis une femme et je veux montrer que je vais y arriver en si tu dis ça c'est que déjà de base dans ta tête tu te dis qu'il y a une différence et que tu vas faire tu vas mettre en place des moyens pour montrer que tu vas être au même niveau qu'eux. Si tu pars du principe que déjà de base t'es au même niveau qu'eux il y a pas de différence.”

Gaëtan “Une boîte ça reste une boîte, une technique de vente ça reste une technique de vente, moi j'ai jamais fait la distinction peut être que certains le font. [...] J'espère que ça deviendra une norme le fait qu'il y ait une équité dans ces domaines-là.”

4. DISCUSSION

Nos résultats illustrent la manière dont les pratiques des EE sont façonnées par le contexte néolibéral dans lequel ils et elles évoluent, tout en révélant également leur capacité à s'en détacher. Ahl et Marlow (2021) soulignent dans leur publication, les liens entre le néolibéralisme et le postféminisme. En considérant les pratiques entrepreneuriales à travers le prisme du genre, nous avons jugé pertinent d'analyser nos résultats à l'aune de ces deux perspectives et de les discuter avec la littérature. Les discours des EE nous ont conduit à réfléchir aux présupposés sous-tendant les études en entrepreneuriat (Ahl, 2006), ainsi qu'aux sensibilités postféministes (Gill, 2007; Lewis, 2014). Nous avons notamment trouvé enrichissant de confronter nos découvertes avec les quatre grandes dimensions mises en avant par Ahl et Marlow (2021) : l'individualisme, les différences de sexe, le changement de paradigme, et la marchandisation de la féminité.

4.1 L'INDIVIDUALISME

L'individualisme dans les recherches en entrepreneuriat semble présent à deux niveaux, celui de l'entreprise et celui de l'individu. L'ambition générale concernant l'entreprise, est de la faire croître et de dégager du profit. Au niveau individuel, c'est le développement du soi entrepreneurial et de son propre potentiel par le biais de l'action agentique qui prime. L'individualisme revêt donc une logique de création de richesse aussi bien pour l'entreprise que l'entrepreneur·e. Chez les EE interrogé·es, seul le niveau individualiste relié à l'entrepreneur·e semble se manifester dans les pratiques des EE. Les EE apportent en effet une

grande importance au développement de compétences, au fait de se découvrir et de se mettre en action pour devenir acteur ou actrice active de son projet entrepreneurial. Berglund (2013, p.722) parle d'un Dieu qui est remplacé par un Soi qu'il faut explorer. L'idéal néolibéral se matérialise par le fait d'avoir son propre capital, d'être son propre producteur, sa propre productrice, et de devenir sa propre propriété. En ce sens, les EE ne travaillent pas uniquement sur leur entreprise mais travaillent également sur leur personne en augmentant leurs compétences et leurs connaissances. L'individu est placé au centre alors que les conditions structurelles dans lesquelles prennent place leur projet entrepreneurial sont écartées (Berglund et al. 2017, p.907 citant les travaux de Dempsey et Sanders, 2010). Si l'EE échoue dans son aventure entrepreneuriale, cela ne peut être que de sa faute puisque les individus sont responsables de leur propre statut social et économique (Gill, 2016). Ainsi, si le projet échoue cela viendrait du manque d'investissement et de travail des EE.

Par ailleurs, selon les EE, les solutions aux problèmes sociaux et environnementaux ne sauraient être résolues par de grandes entreprises. Les EE s'emparent donc des sujets qui leur tiennent à cœur pour assumer la responsabilité sociale et économique. Comme le soulignent Ahl et Marlow (2021) en se basant sur les travaux de Coudry (2010), Marttila (2013) et Rose (1993), la logique de marché a infiltré les subjectivités humaines. L'aspect individualiste du discours néolibérale se retrouvant au niveau de l'entreprise, et lié au profit et à la croissance de celle,-ci ne semble pas être une priorité pour les EE. C'est un élément que l'on retrouve dans les travaux de Simon (2022). Il nous indique que les étudiant·es souhaitent être à l'AISE, c'est-à-dire être Autonomes, avoir de l'Impact, être Stimulé·es et trouver un Équilibre entre leur vie personnelle et professionnelle, l'argent restant au second plan. En cela, les EE nous semblent s'éloigner de la vision traditionnelle associée à l'entrepreneuriat. La priorité ici n'est pas donnée au profit ou à la croissance mais à l'impact du projet sur la société. Il s'agit de donner du sens à sa vie mais aussi donner du sens pour la société (Berglund, 2013).

Le discours néolibérale en entrepreneuriat et les sensibilités postféministes se rejoignent sur la notion d'individualisme. La liberté de choix et l'empowerment pour trouver indépendance et liberté dont fait état le postféminisme est pleinement présents dans les discours des étudiantes entrepreneures. Elles disent, tout comme les étudiants entrepreneurs quand ils parlent d'elles, qu'elles doivent prendre leur place et trouver leur autonomie grâce à l'entrepreneuriat. Il semble être une voie favorable pour cela en ce qu'il permet, selon elles, de choisir avec qui elles vont travailler et de s'éloigner des problèmes de discriminations liées au monde professionnel, comme si l'entrepreneuriat avait des règles totalement différentes du milieu professionnel salarié. Alors que les structures discriminent toujours, cette dimension n'est pas mise en avant dans le postféminisme (Berglund et al., 2023, p.185). Les étudiantes entrepreneures sont donc encouragées à braver les obstacles et il semblerait que les EE pensent qu'il faudra à ces étudiantes entrepreneures un fort caractère pour entreprendre. Alors que le droit à entreprendre semble acquis pour les étudiantes entrepreneures et que l'accent est mis sur l'autonomisation et le courage, l'activisme féministe ne semble pas être ici perçu comme une voie pour remettre en cause la structure dominante. Qu'il s'agisse pour les étudiantes entrepreneures interrogées de montrer leurs capacités, prendre leur place, ou tenter de nier le genre, l'environnement n'est pas remis en cause. Il est tel qu'il est et c'est aux individus de l'affronter, de se prendre en main via des pratiques individuelles. Cela rejoint la littérature qui contribue à proposer des solutions individuelles aux entrepreneur·es ne correspondant pas à l'image traditionnelle.

4.2 LES DIFFERENCES ENTRE LES SEXES

Les études sur l'entrepreneuriat mettent l'accent sur les différences entre les sexes. Les hommes et les femmes entrepreneur·es auraient des pratiques différentes en termes de demande de financement, de développement et mobilisation de réseaux etc. (Alexandre, 2016) Or, un certain nombre de travaux se développent pour montrer que les différences intra-groupe sont plus

importantes que les différences inter-groupes (Constantinidis, 2010). Nos résultats semblent également aller en ce sens. Les EE ont, pour le moins dans le discours qu'ils et elles ont sur leur expérience, des pratiques plus similaires que différentes. La féminité comme propriété du corps des femmes dans le postféminisme n'apparaît pas dans les discours laissant supposer qu'elle est mise de côté ou passée sous silence.

Globalement, les EE ne mettent pas en avant de différences entre les hommes et les femmes et essaient même de neutraliser le genre dans leur discours. Toutefois, plusieurs d'entre eux/elles, évoquent le fait que les femmes entreprennent davantage avec le coeur, qu'avoir une femme dans une équipe est bénéfique, qu'une femme peut faire plus qu'un homme, qu'elles osent moins que leurs homologues masculins. Alors que leurs discours se veulent neutre ou valorisant pour les femmes, finalement rien n'est tranché à ce sujet. Ils et elles parlent davantage de leur idéal mais ce dernier se confronte à la réalité et aux embûches structurelles qui les désarçonnent.

4.3 LE CHANGEMENT DE PARADIGME

L'entrepreneuriat est associé à des normes masculines, c'est-à-dire que les pratiques entrepreneuriales traditionnelles sont des normes masculines (Bem, 1981; Calás et al. 2009). Nos résultats en ce qui concerne le discours des pratiques entrepreneuriales des EE montrent que ce changement de paradigme est majeur, mais pas total, chez les EE. En effet, il y a un changement de paradigme concernant certaines normes masculines, telles que la réticence à dévouer tout son temps au projet entrepreneurial, à courir après la richesse, ou à chercher la compétitivité et le pouvoir (Ahl, 2006; Bem, 1981). Les rôles modèles entrepreneuriaux ne semblent en effet pas avoir l'effet escompté sur les EE puisque ceux/celles-ci ne s'y identifient pas. Ils et elles ne cherchent donc pas de grandes figures à qui s'identifier et n'hésitent pas à aller chercher de l'aide dans leur entourage et à faire preuve d'humilité. Comme l'évoque le travail de Simon (2022), l'équilibre entre leur vie personnelle et professionnelle est par exemple

important. De plus, il est important de noter que les EE sont perçus comme déficients puisque des programmes spécifiques leur sont dédiés (Toutain et al., 2020; Foliard, 2021).

D'ailleurs, les EE insistent sur le fait de vouloir changer les mentalités au sujet de l'entrepreneuriat, notamment dû à leur jeunesse. Pour les étudiantes entrepreneures, il s'agit également de changer les mentalités de façon double au sujet des jeunes ET des femmes. Les sensibilités postféministes sont toutefois bien présentes et elles sont encouragées à se surveiller et à être disciplinées, notamment sur la trajectoire qu'elles prennent et l'importance qu'elles accordent à leur carrière professionnelle. En effet, un poids se fait sentir dans leur projection dans l'avenir en ce qui concerne le fait d'avoir une vie stable et de faire des enfants.

En revanche, un certain nombre de pratiques ne sont pas remises en cause. Ainsi, les étudiantes entrepreneures souhaitent prendre leur place et être entrepreneure même si elles ne correspondent pas à l'image de l'entrepreneur mâle, mais pour autant s'inscrivent assez largement, comme les étudiants entrepreneurs, dans des pratiques valorisées par le milieu entrepreneurial donc masculines. On introduit donc des personnes féminines, on tente parfois de neutraliser les questions de genre, mais comme le soulignent Berglund (et al., 2017) "ces tentatives se déroulent dans un cadre masculinisé qui les fait apparaître comme des effets superficiels". Finalement on ne change pas les règles du jeu mais on y intègre d'autres types de profils.

4.4 LA MARCHANDISATION DE LA FEMINITE

Les normes masculines en entrepreneuriat désincarnent et déshumanisent l'entrepreneur en ce qu'il serait un être sans famille (Chasseiro et al., 2014), et l'accent est mis sur la séparation entre vie professionnelle et vie personnelle. Les femmes sont encouragées à ne pas mélanger les deux aspects de leur vie mais également à prioriser la famille. Il est toutefois difficile pour la population étudiée d'inscrire les étudiantes entrepreneures dans cette littérature. En effet, de

par leur jeune âge, elles sont peu à avoir des enfants. Aucune étudiante entrepreneure interrogée dans notre étude n'était mère. Toutefois, cela ne veut pas dire que le sujet de la parentalité n'a pas d'impact sur leur expérience entrepreneuriale. Seules les étudiantes entrepreneures ont fait part de ce sujet. Alors que les études montrent comment les femmes prennent en considération les besoins des personnes de leur entourage (enfants, conjoint...), les hommes quant à eux tendent à prendre des décisions de carrière en fonction uniquement de leurs objectifs professionnels (Lebègue, 2015).

Que ce soit en revanche pour les étudiants comme pour les étudiantes, la séparation entre vie personnelle et vie professionnelle semble avoir moins d'importance. Même si les membres de la famille ne sont pas ici les conjoints et enfants mais plutôt les parents, frères et sœurs, etc., faire appel à eux/elles et les impliquer dans le projet ne semble pas perçu comme négatif. Ces personnes sont alors des personnes ressources qui leur apportent un soutien financier, de conseil, ou encore matériel.

En ce qui concerne les approches postféministes, le retrait à la maison (Gill, 2007) des étudiantes entrepreneures semble peu pertinent car souvent célibataire et sans enfants. Toutefois, même si les étudiantes entrepreneures ne sont pas mères, la question de la maternité est présente dans leurs discours contrairement aux étudiants entrepreneurs qui n'évoquent à aucun moment la paternité. Ainsi, la question de devenir mère un jour intervient avant de se lancer dans le projet. Selon les étudiantes, cette interrogation peut venir freiner le projet entrepreneurial "Puis-je m'engager dans un projet entrepreneurial si je souhaite devenir mère ?", ou un avantage "Si je souhaite devenir mère je pourrai choisir mes horaires de travail et accorder le temps nécessaire à mes enfants". Ce qui est marquant dans leurs discours, c'est que le deuxième parent, qui semble être un père dans les cas discutés ici, est absent de leur raisonnement. Les injonctions paradoxales évoquées dans la littérature demandant aux femmes

entrepreneures d'être des *super women* devant assumer un ensemble de tâches domestiques et professionnelles semblent déjà intégrées par les étudiantes entrepreneures. La fonction reproductive des étudiantes entrepreneures occupe donc une place importante dans leur esprit et peut avoir un impact sur leurs pratiques entrepreneuriales.

Même si le repli à la maison ne semble pas être de mise parce que pas d'enfant et pas marié, les étudiantes entrepreneures évoquent tout de même une pression sociale que n'évoquent pas les étudiants entrepreneurs. Le besoin d'établir rapidement une vie stable avec un emploi et un salaire fixe, se marier, avoir des enfants, semblent être l'attente de la société envers elles qu'on leur dise frontalement ou qu'elles le ressentent vis-à-vis de leur entourage proche, il semble qu'elles prennent du retard et que l'horloge tourne pour elles. D'un côté perçues comme trop jeunes et infantilisées en entrepreneuriat elles sont d'un autre perçues comme prenant du retard concernant leur vie familiale. Si en plus le projet échoue, elles auront du mal à l'annoncer car il semble qu'elles aient doublement pris du retard pour rien. La fonction reproductive joue donc un rôle important pour les étudiantes entrepreneures.

CONCLUSION

L'éducation à l'entrepreneuriat, largement promue par les pouvoirs publics et les institutions académiques, semble jouer un rôle crucial dans l'impulsion d'un soi entrepreneurial chez les EE sensé améliorer leur employabilité par le développement de compétences. Nos résultats révèlent une tendance chez ces jeunes entrepreneur·es à rechercher un engagement profondément ancré dans des valeurs personnelles, dépassant largement le désir de réussite économique. Cette aspiration à avoir un impact social et environnemental fort qu'ils et elles ne semblent pas pouvoir avoir en entreprise, soulève des questions sur la perception dominante de l'entrepreneuriat comme une panacée aux défis sociétaux. Comme le souligne en effet Germain

(2023) reprenant les travaux de Keim, Müller et Dey (2024), l'entrepreneuriat est perçu comme la panacée en tant que “remède universel aux maux sociaux et environnementaux existants” (p.16). Cette vision de l'entrepreneuriat pose notamment deux conséquences majeures chez les EE. La première est qu'il entend tenir un discours apolitique de l'entrepreneuriat en excluant toutes explications politiques et holistiques des grands défis. Deuxièmement, il perpétue la figure héroïque qui se dégage de l'entrepreneur comme sauveur. Au “mythe de la panacée” vient s'ajouter le “mythe de l'entrepreneur” (Galluzzo, 2023). Même si les EE ne semblent pas encenser un·e entrepreneur·e en particulier, l'image de ce que revêt socialement le statut d'entrepreneur·e semble les attirer. Le discours individualiste de notre société néolibérale tend à leur faire reposer un poids lourd sur leurs épaules. Si le projet échoue, c'est leur propre personne qui échoue. Cela nous paraît donc important de repolitiser l'entrepreneuriat comme le suggèrent Keim (et al., 2024).

De plus, nous ne retrouvons pas ici la séparation marquée dans la littérature concernant les hommes et les femmes entrepreneur·es. Leur manière d'envisager et d'agir dans leur quotidien d'entrepreneur·e est également assez similaire. Les EE vivent leur rêve en faisant comme si l'environnement entrepreneurial possédait ses propres règles, différentes du monde professionnel du salariat. Cependant, alors que les étudiantes entrepreneures semblent fuir cet environnement professionnel, le poids structurel de la société les rattrape. En faisant comme, l'égalité était atteinte, à travers le discours postféministe, on rend aveugle la matérialité et le poids des structures sociales.

Les pratiques entrepreneuriales des EE étant similaires mais le poids structurel s'exerçant plus fortement chez les étudiantes entrepreneures, il est important de déconstruire l'héritage qui préconise de trouver des solutions individuelles et donc de demander aux femmes

entrepreneures de se “réparer”. Continuer de se focaliser sur l'accès aux ressources et l'émancipation (Marlow & Martinez, 2018) semble insuffisant.

Nous rejoignons donc Keim et al. (2024) sur le besoin de développer une “représentation plus humble et plus réaliste de la capacité de l'entrepreneuriat à résoudre les problèmes” pour ne pas ajouter un poids supplémentaire aux EE qui débutent leur carrière professionnelle. L'entrepreneuriat peut en effet être aussi le lieu de vies gâchées, empêchées, bafouées, interdites (Germain, 2023). Par ailleurs, nous insistons sur la nécessité de questionner les normes de genre présentes dans les structures.

REFERENCES

Ahl, H. J. (2002). *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship* (Doctoral dissertation, Internationella Handelshögskolan).

Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 595-621.

Ahl, H., & Marlow, S. (2021). Exploring the false promise of entrepreneurship through a postfeminist critique of the enterprise policy discourse in Sweden and the UK. *Human Relations*, 74(1), 41-68.

Alexandre, L. (2016). Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(3-4), 109-127. <https://doi.org/10.3917/entre.153.0109>

Barragan, S., Erogul, M. S., & Essers, C. (2018). 'Strategic (dis)obedience': Female entrepreneurs reflecting on and acting upon patriarchal practices. *Gender, Work & Organization*, 25(5), 575-592. <https://doi.org/10.1111/gwao.12258>

Bem, S. L. (1981). Bem sex role inventory. *Journal of personality and social psychology*.

Berglund, K. (2013). Fighting against all odds: Entrepreneurship education as employability training. *Ephemera*, 13(4), 717.

Berglund, K., Ahl, H., Pettersson, K., & Tillmar, M. (2023). Conceptualising feminist resistance in the postfeminist terrain. *Gender in Management: An International Journal*, 38(2), 183-199.

Berglund, K., Lindgren, M., & Packendorff, J. (2017). Responsibilising the next generation: Fostering the enterprising self through de-mobilising gender. *Organization*, 24(6), 892-915.

Blenker, P., Korsgaard, S., Neergaard, H., & Thrane, C. (2011). The questions we care about: paradigms and progression in entrepreneurship education. *Industry and higher education*, 25(6), 417-427.

Bird, B., & Brush, C. (2002). A gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(3), 41-65.

Broadbridge, A., & Simpson, R. (2011). 25 years on: reflecting on the past and looking to the future in gender and management research. *British Journal of Management*, 22(3), 470-483.

Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Doing Gender, Doing Entrepreneurship : An Ethnographic Account of Intertwined Practices. *Gender, Work and Organization*, 11(4), 406-429. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2004.00240.x>

Butler, J. (2002). *Gender trouble*. routledge.

Calás, M. B., Smircich, L., & Bourne, K. A. (2009). Extending the Boundaries : Reframing “Entrepreneurship as Social Change” Through Feminist Perspectives. *Academy of Management Review*, 34(3), 552-569. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633597>

Champenois C., Lefebvre V. & Ronteau S. (2019). Entrepreneurship as practice: systematic literature review of a nascent field, *Entrepreneurship & Regional Development*, DOI: 10.1080/08985626.2019.1641975

Constantinidis, C. (2010). Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures. *Revue française de gestion*, (3), 127-143.

De Benedictis S and Gill R (2016) Austerity neoliberalism: A new discursive formation. OpenDemocracyUK, 15 July. Available at: <https://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/16499/1/Fulltext.pdf>.

De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and practice*, 30(5), 585-593.

Delanoë-Gueguen, S. (2015). Les étudiants: un accompagnement particulier pour des entrepreneurs particuliers. *Entreprendre & innover*, (3), 18-26.

Dorlin, E. (2005). De l'usage épistémologique et politique des catégories de «sexe» et de «race» dans les études sur le genre 1. *Cahiers du genre*, (2), 83-105.

Foliard, S. (2021). Apprendre dans les écosystèmes éducatifs entrepreneuriaux : Le peer pour le meilleur. *Revue internationale P.M.E.: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 34(3-4), 118.

Frederiksen, S. H., & Berglund, K. (2020). Identity work in entrepreneurship education: Activating, scripting and resisting the entrepreneurial self. *International small business journal*, 38(4), 271-292.

Galluzzo, A. (2023). *Le mythe de l'entrepreneur. Défaire l'imaginaire de la Silicon Valley. Zones.*

García, M. C. D., & Welter, F. (2013). Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives. *International Small Business Journal*, 31(4), 384-404.

Gartner, W. B. (2002). Who is the entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship: critical perspectives on business and management*, 2, 153-177.

Germain, O. (2023). Les entrepreneurs ont-ils cru dans leur (s) mythe (s)? Mettre en dialogue l'entrepreneuriat et l'effondrement. *Management international*, 27(spécial), 13-17.

Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European journal of cultural studies*, 10(2), 147-166.

Gill, R. (2016). Postfeminism and the new cultural life of feminism. *Diffractions*, (6), 1-8.

Grandy, G., & Culham, A. (2022). Women-focused entrepreneurial support organizations : Creating change in entrepreneurial ecosystems through building gender capital? *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 502-523.

Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.

Hytti, U., & Heinonen, J. (2013). Heroic and humane entrepreneurs: identity work in entrepreneurship education. *Education+ Training*, 55(8/9), 886-898.

Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?. *The Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715.

- Keim, J., Müller, S., Dey, P. (2024). Whatever the problem, entrepreneurship is the solution ! Confronting the panacea myth of entrepreneurship with structural injustice. *Journal of Business Venturing Insights*, 21, e00440. 10.1016/j.jbvi.2023.e00440
- Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 20(3), 23-31
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.
- Laalo, H., Koskinen, H., Stenholm, P., & Siivonen, P. (2023). Shaping and negotiating entrepreneurial selves in academic entrepreneurship education. *Journal of Praxis in Higher Education*, 5(1), 69-92.
- Lahiri-Dutt K. (2010). Gender – By Harriet Bradley. *Geographical Research*, 48(4):440–453. <https://doi.org/10.1111/j.1745-5871.2010.00659.x>
- Le Pontois, S., & Foliard, S. (2018). Une vision à 360° de l'accompagnement des équipes étudiantes. *Entreprendre & innover*, (1), 55-66.
- Lépinard, É., & Lieber, M. (2020). *Les théories en études de genre*. La Découverte.
- Lewis, P. (2014). Postfeminism, femininities and organization studies: Exploring a new agenda. *Organization studies*, 35(12), 1845-1866.
- McAdam, M., Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2019). Stories from the field : Women's networking as gender capital in entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 459-474.

Marlow, S., & Martinez Dy, A. (2018). Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research?. *International Small Business Journal*, 36(1), 3-22.

Mira-Bonnardel, S., & Géniaux, I. (2021). Les établissements publics d'enseignement supérieur dans la dynamique des écosystèmes entrepreneuriaux territoriaux. *Revue management et avenir*, (2), 39-62.

Motoyama, Y., Muntean, S. C., Knowlton, K., & Ozkazanc-Pan, B. (2021). Causes of the gender divide within entrepreneurship ecosystems. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 36(3), 187-204.

Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of small business management*, 49(1), 55-70.

Neumeyer, X., Santos, S. C., Caetano, A., & Kalbfleisch, P. (2019). Entrepreneurship ecosystems and women entrepreneurs : A social capital and network approach. *Small Business Economics*, 53(2), 475-489.

Ogbor, J. O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies. *Journal of management studies*, 37(5), 605-635.

Omrane, A., Fayolle, A., & Zeribi-BenSlimane, O. (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial: une approche dynamique. *La Revue des Sciences de Gestion*, (5), 91-100.

Richomme-Huet K., & d'Andria, A. (2013). L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs. *Management international*, 17(3), 100-111.

Shahidi, N. (2012). Les jeunes entrepreneurs nécessitent-ils un accompagnement particulier? Le cas français. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 25(1), 57-74.

Schumpeter J. A. (1911) 1934 a Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung Munich and Leipzig
Duncker Humblot Second edition 1926 Engl transl as The Theory of Economic Development
An Inquiry into Profits Capital, Credit Interest and the Business Cycle 1934 Cambridge, MA
Harvard University Press Cycle 1934 Cambridge, MA Harvard University Press

Simon, T. (2022). «L'entreprise fantôme» entre fidélité et désertion: deux modalités du rapport
des jeunes diplômés à l'entreprise? (Doctoral dissertation, Université Panthéon-Sorbonne-
Paris I).

Smith, R. (2022). Shaking up and unleashing the power of alternative, gendered stereotypes:
Entreprendre & Innover, n° 49-50(2), 24-34. <https://doi.org/10.3917/entin.049.0024>

Tedmanson, D., Verduyn, K., Essers, C., & Gartner, W. B. (2012). *Critical perspectives in
entrepreneurship research*.

Thompson, N. A., Verduijn, K., & Gartner, W. B. (2020). Entrepreneurship-as-practice:
Grounding contemporary theories of practice into entrepreneurship studies. *Entrepreneurship
& Regional Development*, 32(3-4), 247-256.

Toutain, O., Mueller, S., & Bornard, F. (2020). Decoding Entrepreneurship Education
Ecosystems (EEE): A Cross-European Study in Primary, Secondary Schools and Vocational
Training. *Management International*, 23(5), 47-65.

Tremblay M., Brière S., Poroli C. (dir). (2020), *Déconstruire les mythes pour mieux
accompagner une diversité d'entrepreneures*, Québec : Canada, Presses de l'Université Laval
([https://www.pulaval.com/produit/deconstruire-les-mythes-pour-mieux-accompagner-une-
diversite-d-entrepreneures](https://www.pulaval.com/produit/deconstruire-les-mythes-pour-mieux-accompagner-une-diversite-d-entrepreneures))

Van Maanen, The fact of fiction in organizational ethnography, *Administrative science quarterly* 24.4, 1979, p. 539-550

Weiss, T., Eberhart, R., Lounsbury, M., Nelson, A., Rindova, V., Meyer, J., Bromley, P., Atkins, R., Ruebottom, T., Jennings, J., Jennings, D., Toubiana, M., Shantz, A. S., Khorasani, N., Wadhvani, D., Tucker, H., Kirsch, D., Goldfarb, B., Aldrich, H., & Aldrich, D. (2023). The Social Effects of Entrepreneurship on Society and Some Potential Remedies: Four Provocations. *Journal of Management Inquiry*, 32(4), 251-277.
<https://doi.org/10.1177/10564926231181555>

West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & society*, 1(2), 125-151.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.