

MASTER DE SPECIALISATION EN ETUDES DE GENRE

Perusini--Lambert

Shana

L'Entrepreneuriat Féminin à Bruxelles

Que faire de celles qui rêvent ?

Je déclare qu'il s'agit d'un travail original et personnel et que toutes les sources référencées ont été indiquées dans leur totalité et ce, quelle que soit leur provenance. Je suis consciente que le fait de ne pas citer une source, de ne pas la citer clairement et complètement constitue un plagiat et que le plagiat est considéré comme une faute grave au sein de l'Université. J'ai notamment pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues en cas de plagiat comme prévues dans le *Règlement des études et des examens de l'Université catholique de Louvain* au Chapitre 4, Section 7, article 107 à 114.

Au vu de ce qui précède, je déclare sur l'honneur ne pas avoir commis de plagiat ou toute autre forme de fraude.

Nom, Prénom : Perusini--Lambert Shana

Date : 20.05.2024

Signature de l'étudiante :

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned to the right of the text 'Signature de l'étudiante :'. The signature is somewhat abstract and stylized.

Remerciements

À toutes les femmes qui m'ont fait confiance pour ces interviews, qui m'ont fait part de leurs réflexions, de leurs peurs et de leurs rêves.

À ma promotrice, Annalisa Casini, qui m'a guidée avec délicatesse dans l'inconnu d'un mémoire académique.

À ma mère, Sophie, qui m'a transmis l'envie de tout questionner.

À Isa, pour son soutien inconditionnel.

Table des matières

| | | |
|-------------|------------------------------------|-----------|
| I. | Introduction | 5 |
| A. | Avant-propos..... | 5 |
| B. | Définition du sujet | 6 |
| C. | État de la recherche | 7 |
| D. | Problématisation..... | 11 |
| II. | Méthodologie..... | 13 |
| A. | Cartographie..... | 13 |
| 1. | Objectifs | 13 |
| 2. | Délimitation de l'écosystème | 13 |
| B. | Interviews | 14 |
| 1. | Objectifs | 14 |
| 2. | Méthodologie des interviews | 15 |
| 3. | Grille d'entretien..... | 17 |
| 4. | Profil des interviewées | 18 |
| 5. | Réflexivité..... | 20 |
| III. | Résultats | 22 |
| A. | Cartographie..... | 22 |
| B. | Interviews | 24 |
| 1. | Structures de soutien | 24 |
| 1.1. | Mission | 24 |
| 1.2. | Public cible | 26 |
| 1.3. | Vision de l'entrepreneuse | 27 |
| 1.4. | Spécificités des femmes ? | 29 |
| 1.5. | Objectifs de l'accompagnement..... | 30 |
| 1.6. | Engagement personnel..... | 31 |
| 1.7. | Capacité d'agir..... | 32 |
| 2. | Participant.es | 33 |
| 2.1. | Motivations..... | 33 |
| 2.2. | Vision de l'entrepreneuse | 34 |
| 2.3. | Blocages | 35 |
| 2.4. | Objectifs des accompagnements..... | 36 |
| IV. | Discussion | 39 |
| A. | Se soucier de..... | 39 |
| B. | Se charger de..... | 40 |
| C. | Dispenser des soins | 42 |
| D. | Recevoir des soins..... | 45 |
| V. | Conclusion | 50 |
| | Bibliographie | 53 |

I. Introduction

A. *Avant-propos*

« *Pour qui je fais tout ça ?* » est le sentiment à l'origine de ce travail.

J'ai découvert la notion d'*entrepreneuriat féminin* en 2023. Je devais alors concevoir un programme d'accompagnement pour des femmes qui souhaitent lancer un projet entrepreneurial à Bruxelles. La formation s'adressait à celles qui ont envie d'entreprendre, mais qui ne connaissent pas *les bons* outils, qui n'ont pas accès *aux bonnes* informations.

Pour concevoir ce programme, j'ai mobilisé le savoir emmagasiné pendant ma formation initiale en management de l'innovation. La recette obtenue était un condensé ordinaire de ce qui se fait dans des *incubateurs de startups* français et états-uniens, ces pépinières d'entreprises à développement rapide et au potentiel de rendement élevé. L'objectif du programme : en trois mois, amener les participantes à transformer leur idée en un modèle économique rentable.

Or, durant ces trois mois, rien ne s'est passé comme prévu. La moitié du groupe a abandonné en cours de route. Les participantes restantes n'ont pas été intéressées par le jargon français enseigné. Elles n'ont pas avancé sur leur projet à la vitesse attendue. Aucun de mes objectifs n'a été atteint. Malgré cet échec, et à ma grande surprise, les participantes ont été satisfaites du programme. Elles l'ont recommandé à des proches.

Parallèlement, je devais répondre aux objectifs des institutions qui finançaient le programme : montrer en quoi la formation a diminué le chômage, a augmenté la création de valeur ou a lutté contre des inégalités. Or, je trouvais la réalité loin de ces unités de mesure. Ce n'était pas non plus les indicateurs qui me préoccupaient : au quotidien, je m'intéressais avant tout au bien-être des bénéficiaires de mon programme

Ainsi, *pour qui je fais tout ça ?* L'institution financière, le programme de soutien, et moi-même, la coordinatrice de la structure semblions avoir des objectifs différents de ceux des (aspirantes) entrepreneuses¹. Je me demandais alors : **le système bruxellois de soutien aux femmes qui aspirent à entreprendre est-il réellement adaptés à son public-cible ?**

¹ Je choisis pour ce travail d'employer le terme « entrepreneuse » plutôt que « entrepreneure » (proche d' « entrepreneur ») afin de marquer l'importance du genre dans le discours entrepreneurial.

B. Définition du sujet

Définir l'*entrepreneuriat féminin* commence par saisir l'aura qui entoure le mot *entrepreneuriat*. Si le dictionnaire Larousse² définit l'entrepreneuriat comme la gestion d'une entreprise, cette notion revêt également une dimension symbolique forte. L'entrepreneuriat est défini par Schumpeter (1934) comme la création d'un produit ou d'un marché. Kirzner (1985) le comprend comme la capacité à identifier des opportunités parmi toutes les informations à disposition. Ainsi, derrière le mot *entrepreneuriat* se cache l'éclair de génie, l'aventure économique d'un individu aux capacités hors du commun (Ahl, 2006).

Tout comme le *football féminin*, l'*entrepreneuriat féminin* désigne en premier lieu l'activité d'entrepreneuriat menée par des femmes. L'expression est majoritairement utilisée par les pouvoirs publics et par la recherche pour pouvoir désigner le groupe des femmes entrepreneuses comme objet d'études et de politiques publiques. Cependant, ***l'entrepreneuriat féminin se comprend également comme un écosystème d'acteurs centrés autour de leur public cible : les entrepreneuses.*** L'entrepreneuriat féminin, c'est ainsi un ensemble d'ASBLs, de rôles modèles, d'évènements, de réseaux, d'initiatives qui parlent de, agissent dans les intérêts de, soutiennent les *femmes* qui entreprennent.

Dans cet écosystème, le mot « femme » est équivoque. Dans la perspective des instances qui utilisent ce terme, « femmes » désigne un groupe social qui est victime de discriminations de genre. Cependant, ce groupe social est composé d'individus aux besoins et aux situations hétérogènes. Il réunit tant les femmes qui souhaitent se lancer, que celles qui sont déjà en activité. Ces femmes possèdent des capitaux sociaux et économiques variés, subissent des discriminations différentes selon leur nationalité, leur racisation³, leur niveau d'éducation, leur âge, etc.⁴

² Source : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/entrepreneur/30066>

³ Compris comme processus d'assignation à un statut minoritaire (Guillaumin, 1972)

⁴ Ce mouvement d'homogénéisation des situations sous un terme unique « féminin » rappelle un féminisme considérant *les femmes* comme un monolithe. Cette position « hégémonique » (Spivak, 1985), naturalisant le point de vue de féministes blanches occidentales, est depuis longtemps dénoncée et décentralisée par la recherche féministe (voir par exemple Lorde, 1979 ou Sandoval, 1991).

Ensuite, l'adjectif « féminin » sous-entend une vision binaire du genre : « féminin » rassemblerait tous les individus qui ne sont pas de genre *masculin*⁵. De plus, un adjectif permet de *caractériser* l'objet auquel il se rapporte. Le terme « féminin » est-il uniquement utile à la désignation d'un groupe social précis ? Ou bien cacherait-il des attributs qui feraient de l'entrepreneuriat *féminin* une forme *particulière* d'entrepreneuriat ? Si oui, quels sont ces attributs ?

Je propose de réaliser un état de l'art pour mieux comprendre comment les politiques publiques et la recherche s'emparent de l'« entrepreneuriat féminin » : quelle importance revêt le genre dans l'entrepreneuriat ? Comment l'objet « entrepreneuse » est-il perçu ? Et *in fine*, **comment cette perception influence-t-elle les politiques de soutien aux femmes qui veulent entreprendre ?**

C. État de la recherche

Si l'*entrepreneur-créateur* de Schumpeter (1934), ou l'*entrepreneur-visionnaire* de Kirzner (1985) apparaissent comme des individus non-genrés, on comprend rapidement qu'en réalité ces homo-economicus sont façonnés sur le modèle masculin (Hurley, 1999).

En effet, la recherche occidentale a montré que l'entrepreneuriat, tout comme le genre, est une pratique qui est performée à partir de codes sociaux. Or, les codes qui régissent l'entrepreneuriat en occident sont établis sur la base de la binarité de genre et de la domination masculine (Bruni et al., 2004). Une analyse du discours sur l'entrepreneur permet de comprendre que cette figure est fondée sur une vision occidentale de la masculinité (Ahl, 2006). Les adjectifs employés pour décrire la masculinité sont similaires à ceux employés pour décrire l'entrepreneur : capable, mentalement fort, assertif, indépendant, compétitif, ambitieux, etc.

Ce processus conduit à ostraciser les femmes à la tête d'activités économiques. Les adjectifs qui décrivent la féminité sont les opposés de ceux qui décrivent l'entrepreneur : naïve, accommodante, docile, prudente, altruiste, etc. (Ahl, 2006). Autrement dit, les hommes sont des entrepreneurs. Or les femmes ne sont pas des hommes (dans la vision essentialiste des

⁵ Certaines structures de l'écosystème affichent comme critère d'inclusion la nécessité de « s'identifier comme femme ». Ce critère se veut inclusif en invitant à l'auto-identification, mais il s'inscrit dans la même logique binaire du genre.

hommes et des femmes décrits comme différents - Rugina et Ahl, 2023). Donc les femmes ne sont pas des entrepreneurs. De plus, cette vision de l'entrepreneur comme personnification d'une masculinité hégémonique (Connell, 1995) est aussi racisée. Selon Essers (2009), la littérature classique est peuplée d'entrepreneurs blancs. La race ou l'ethnicité sont abordées dans la recherche sur l'entrepreneuriat seulement pour évoquer les réseaux de proximité et les opportunités limitées des entrepreneur.euse.s racisé.e.s ou appartenant à un groupe ethnique minoritaire. Ainsi, l'entrepreneur est représenté dans le discours occidental comme un « *homme blanc* héroïque » (Essers, 2009).

Le genre est donc fondateur du discours entrepreneurial occidental. Il s'en suit la mise en place de grilles d'analyse fondées sur des critères masculins face auxquelles les femmes ne peuvent que se conformer ou échouer. C'est ce que Stevenson (1990) dénonce comme de l'« impérialisme sexuel » (notion formulée par Gerritson et al. en 1987). Les femmes sont soit absentes des échantillons, comme dans l'étude de McClelland (1968), soit exclues des analyses, car leurs résultats diffèrent trop de ceux des hommes (voir par exemple l'étude Hornaday et Aboud en 1971). Quand elles sont étudiées, les femmes qui entreprennent sont perçues, de 5 manières différentes, selon Rugina et Ahl (2023) : « une ressource économique inexploitée », « le dommage collatéral d'une industrie discriminante », une personne « qui manque des compétences nécessaires à l'entrepreneuriat », une personne « qui a besoin d'encouragement », ou encore « une solution aux problèmes sociaux ».

Les politiques publiques en faveur des entrepreneuses reconnaissent les inégalités structurelles dont sont victimes les entrepreneuses. Cependant, les mesures prises ne remettent pas en question le cadre normatif masculin évoqué plus haut (Rugina et Ahl, 2023). Elles supposent que si les femmes étaient formées et informées autant que les hommes, alors elles réussiraient de la même manière. Autrement dit, ces mesures ont pour objectif d'aider les entrepreneuses à se conformer aux normes masculines en vigueur (et non pas de changer le *statu quo*). Or, dans une vision essentialiste alimentée par la recherche et les pouvoirs publics, les femmes ont essentiellement des qualités différentes et inférieures à celles des hommes (Rugina et Ahl, 2023). Ainsi, les mesures en faveur des entrepreneuses visent **à pallier des manquements, à corriger des défaut, ou encourager un potentiel.**

En réponse à cette approche, une partie de la recherche féministe s'est employée à comprendre la singularité de l'expérience entrepreneuriale féminine. Cela a donné lieu à des recommandations d'actions spécifiques de soutien aux entrepreneuses.

C'est le cas de Brush et al. (2009), qui remanient le modèle des 3M de Bates et al. (2007). Ce modèle définit initialement les trois facteurs clé de l'entrepreneuriat : l'argent, le marché, et la gestion (*Money, Market, Management*). Brush et al. y ajoutent deux M pour former le modèle des 5M : argent, marché, gestion, maternité et environnement macro/méso (*Money, Market, Management, Motherhood, Meso and macro environment*, voir figure 1). La maternité, au centre de leur modèle, représente les attendus sociaux autour du foyer qui pèsent sur les femmes et déterminent ainsi les choix qu'elles font dans leur aventure entrepreneuriale. L'environnement meso macro représente les réseaux locaux (méso) et les normes culturelles (macro) qui créent ou limitent les opportunités des femmes qui entreprennent.

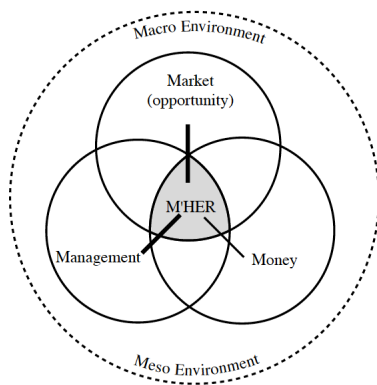


Figure 1 : Modèle des 5M de Brush et al. (2009)

Ce modèle permet de réintégrer un contexte dans la conception habituelle de l'entrepreneuriat, et ainsi avancer que les femmes en auraient une expérience spécifique. Une des hypothèses normatives véhiculées par la recherche au sujet de l'entrepreneuriat est celle d'un fonctionnement en silo (Ahl, 2006). L'entrepreneuriat est perçu comme une aventure individuelle, qui implique une séparation claire entre la sphère professionnelle et familiale. Or le modèle des 5M réintègre les attentes liées au foyer et l'influence du milieu social local et global dans les choix des entrepreneuses. D'autres études sur les motivations spécifiques des entrepreneuses (Mattis, 2004), et sur l'importance de la vie familiale dans leurs choix professionnels (Kuratko et Hodgetts, 1992 ; Cromie, 1987) tentent de démontrent, aux côtés de ce modèle des 5M, que les entrepreneuses auraient des problématiques spécifiques par rapport aux entrepreneurs.

Cette perspective conduit les pouvoirs publics à tenter de répondre séparément aux problématiques des femmes qui entreprennent, avec des initiatives en non-mixité de genre. Cependant, Harrison et al. (2020) montrent qu'en stimulant la création de réseaux d'entrepreneuses non-mixtes, les pouvoirs publics créent une « niche genrée » (*gendered niches*) qui maintient les femmes dans une forme de « ghettoïsation ». En effet, ces niches sont caractérisées par des réseaux de petite taille, des profils homogènes qui appartiennent en majorité à des secteurs dévalorisés en raison du positionnement des femmes sur cette niche (car le capital humain féminin est considéré comme moins qualifié que le masculin). L'ensemble de ces caractéristique diminue les opportunités économiques des femmes membres de ces « niches de genre » et favorise leur précarité économique. De plus, ces politiques ne remettent pas en question la légitimité ou la supposée naturalité du mythe de l'entrepreneur comme « homme-héros » (Essers, 2009). Selon Essers, le discours sur entrepreneuriat est actuellement dominé par l'archétype de l'homme blanc « héroïque ». On retrouve dans ce discours certaines qualités nommées plus haut par Širec et Močniki (2012) : ambition, indépendance, témérité, entre autres. Cette figure ostracise d'autres groupes d'entrepreneur.euse.s, les empêche de s'identifier et d'être reconnu.e.s comme entrepreneur.euse.s. Ainsi, Harrison et al. (2020) affirment que les politiques de renforcement des niches, en façonnant l'entrepreneuriat féminin comme une « niche de genre », une exception, les positionne comme périphériques à l'entrepreneuriat et perpétuent la précarité économique des femmes.

Par ailleurs, certaines recherches s'attachent à montrer que les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin servent moins les intérêts des entrepreneuses que celles des institutions. Grâce à une politique en faveur de l'entrepreneuriat féminin, la lutte contre les inégalités de genre serait déléguée aux agents économiques eux-mêmes, et placée sur l'échiquier du marché. En effet, Berglund et al. (2018) observent un déplacement, sur ces 20 dernières années, du discours institutionnel sur les femmes qui entreprennent. Les pouvoirs publics ont d'abord promu le lancement d'une activité économique comme un *moyen* d'obtenir de meilleurs conditions de vie pour les femmes, plus d'indépendance, une libération féministe. Les pouvoirs publics ont alors mis en place un ensemble programmes, formations, initiatives qui permettraient aux femmes de lancer leur entreprise. Le point de retournement ? On estime qu'avoir l'« esprit entrepreneurial » est nécessaire si l'on veut réussir. Se développe alors une valorisation de la *persona* de l'entrepreneur. Cette figure, bien que critiquée et remodelée au fil des ans, reste un statut auquel on ne peut qu'aspirer. Puisque l'on n'est jamais *assez*, il faut être *plus*. Plus innovant.e, plus entreprenant.e. Se développent ce que les auteur.rice.s appellent des

« technologies du soi » (« *technologies of self* ») post-féministes : un ensemble de techniques, formations, méthodes pour transformer sa vie. Dans le cadre de ce « paradigme de la métamorphose » (« *makeover paradigm* »), les femmes sont invitées à suivre ces méthodes pour dépasser leurs peurs, apprendre à se motiver, concilier leur vie de famille et leur vie professionnelle avec virtuosité afin d'exploiter leur plein potentiel. Il ne s'agit plus de lancer une activité économique, il s'agit de *devenir entrepreneuse*. Nous sommes ainsi passé.e.s de l'entrepreneuriat comme moyen à l'entrepreneuriat comme identité.

Berglund et al. (2018) mobilisent Nancy Fraser (1995) pour montrer la focalisation des politiques publiques sur la reconnaissance et l'identité plutôt que sur la redistribution. En effet, ce changement de discours traduirait une privatisation de la lutte contre les inégalités. Le marché serait plus efficace que l'état pour trouver des solutions aux inégalités, on déplace donc la responsabilité depuis la collectivité vers les individus, qui sont désormais les agents de la lutte pour leur propre émancipation. Les pouvoirs publics appellent les femmes à sortir de leur condition subalterne en entrant en compétition avec les entrepreneurs sur le marché. L'action politique collective est réduite à néant, et les femmes se battent pour leur libération, au prix d'autres femmes plus précaires, notamment celles qui prennent en charge les obligations de *care* que les premières ne peuvent ou veulent plus endosser.

D. Problématisation

Le discours normatif de l'entrepreneuriat, prenant racine dans une vision libérale masculine et blanche de l'entrepreneur me rappelle ma propre expérience de l'entrepreneuriat féminin. Cependant, cette vision théorique me laisse l'impression d'une relation unique entre un état puissant et des femmes vulnérables. Pour me décaler de cette vision macro d'une relation unilatérale, je me propose de mobiliser l'*éthique du care*. Fisher et Tronto (1991) définissent le care comme une « activité générique qui comprend tout ce que nous faisons pour maintenir, perpétuer et réparer notre « monde », en sorte que nous puissions y vivre aussi bien que possible. » (Fisher et Tronto, 1991, p.40). Le *care* est donc une pratique. Cependant, il peut être également utilisé comme une *éthique*. L'éthique du *care* est la rivale de l'éthique rationnelle kantienne. À l'impartialité, au détachement qu'impose la morale kantienne, l'éthique du care oppose le subjectif et l'interdépendance entre les individus (Held, 2006). Tronto (2009) montre que la politique et la morale sont souvent considérés comme incompatibles. Dans cette optique, la politique ne devrait pas prendre en compte la morale dans ses décisions, et la morale se devrait d'être désengagée et théorique, ancrée dans la raison. Au contraire, l'éthique du care

s'attache à comprendre les relations nouées entre les individus pour analyser une situation et en comprendre les tensions. Elle opte pour des points de vue particuliers ancrés dans le réel. Cela permet de faire émerger des « voix subalternes » (Laugier, 2011) grâce à une « épistémologie de l'attention » (Garrau, 2014). Pour les défenseur.euse.s du care, une telle pratique épistémologique permet une « véritable » démocratie grâce à une égale écoute : aucune voix ne compterait plus qu'une autre (Laugier, 2011).

Baser ma méthodologie sur l'éthique du care me permet d'interroger différemment l'adéquation entre le soutien à l'entrepreneuriat bruxellois et ses bénéficiaires. Une analyse des relations multiples en jeu dans le processus d'accompagnement me permet d'explorer plus profondément ce qui est décrit par la recherche comme une relation unilatérale *institution publique - citoyenne*. Je ne me focalise plus sur les instances publiques, mais sur les structures qui font le lien avec les bénéficiaires de l'accompagnement et sur les personnes qui les composent. Quelles sont les interactions entre les structures qui financent les soutiens aux entrepreneuses, celles qui lancent des initiatives, celles qui sont en contact direct avec les participantes, et les femmes qui reçoivent le soutien ? Je tenterai d'abord de tracer une **cartographie de ces liens** pour démontrer la multiplicité des parties prenantes et des objectifs qui composent cet écosystème. Ensuite, j'irai au-delà du *care* comme éthique et interrogerai la présence du *care* comme pratique grâce à des **entretiens qualitatifs** : existe-t-il une relation de *care* entre les (aspirantes) entrepreneuses et les coordinatrices de structure de soutien qui les accompagnent ? Supposer que c'est le cas nous permet-il de faire émerger des tensions entre les objectifs des soutiens à l'entrepreneuriat féminin et leurs résultats ? Autrement dit, **quelle est l'influence de la relation coordinatrice-participante sur l'adéquation entre les initiatives de soutien aux aspirantes entrepreneuses et les besoins de ce public-cible ?**

II. Méthodologie

A. *Cartographie*

1. *Objectifs*

La création d'une carte de l'entrepreneuriat féminin bruxellois permet de comprendre qui sont les différents acteurs de cet espace et comment ils sont reliés entre eux. Elle sera explicitée par une explication des différents liens entre acteurs, basée sur des recherches sur les sites internet des différentes structures, ainsi que sur les informations tirées des entretiens qualitatifs.

Il est important de noter que l'objectif n'est pas de constituer une liste exhaustive des acteurs du système. Il s'agit plutôt de s'appuyer sur un maximum de structures existantes, listées à titre d'exemple, afin de dégager des typologies de structures et *in fine* d'examiner les liens entre elles.

2. *Délimitation de l'écosystème*

Nous définissons l'entrepreneuriat féminin comme l'ensemble des structures et réseaux formels qui rassemblent en non-mixité des femmes qui entreprennent. Soit ces structures sont non-mixtes, soit elles sont mixtes et organisent des initiatives non-mixtes.

Cela exclut plusieurs structures.

Tout d'abord, le terme de « femme » est un critère excluant. Beaucoup de structures ne discutent pas le mot « femme ». Certaines affichent une ambition de non-mixité dans leur description sans pour autant l'inclure formellement dans leurs critères de sélection. D'autres tentent de d'explicitier ce terme en incluant « toute les personnes qui s'identifient comme femme ». Nous n'incluons dans notre cartographie que les structures qui mentionnent le mot « femme » dans leurs critères de participation. Il s'agit donc d'initiatives en non-mixité de genre.

Ensuite, les réseaux informels de soutien entrepreneuses ne sont pas comptabilisés. En effet, certaines participantes se sont déjà lancées de manière informelle en tant qu'entrepreneuses via des réseaux de connaissance privés. C'est un point important qui mériterait un développement, par exemple grâce au modèle des économies diverses de Gibson-Graham (2008). Ce point de vue mettrait en lumière une production de richesses déjà existante dans des marchés alternatifs ou des non-marchés par des femmes qui aspirent à l'entrepreneuriat dans le marché conventionnel. Il permettrait aussi d'identifier les individus et groupes sociaux exclus

simultanément de la catégorie « femme » et de l'écosystème entrepreneurial traditionnel (c'est à dire masculin). Autrement dit, toutes les personnes qui sont un point aveugle des soutiens à l'entrepreneuriat et opèrent en dehors du marché conventionnel. Cependant, ce n'est pas l'objet de ce travail. Nous souhaitons nous concentrer sur le discours officiel des structures qui agissent sur le marché conventionnel, et leur relation à leurs bénéficiaires.

Par ailleurs, toutes les structures non-mixtes qui ne sont pas exclusivement dédiées à l'entrepreneuriat ne sont pas non plus incluses dans cet écosystème. La Maison des Femmes de Schaerbeek par exemple, organise ponctuellement des activités de présentation de l'entrepreneuriat féminin. Cependant, son objectif n'est pas le lancement d'une entreprise, mais le soutien des femmes à travers le plus grand panel d'activités possible, dont la majorité sont non-marchandes.

Bruxelles est la limite géographique de cette étude. En effet, de nombreuses structures et initiatives belges dépendent d'un financement régional. Ces initiatives sont souvent en présentiel, et attirent donc un public local. Limiter à Bruxelles le périmètre de ce travail permet d'étudier un écosystème en vase relativement clos. Plusieurs initiatives bruxelloises se retrouvent également dans d'autres villes belges, mais elles y rassemblent un public local et mobilisent d'autres financements.

Enfin la langue est également une limitation. Je ne prendrai en compte dans mon analyse que les réseaux francophones et anglophones, en raison de mes propres compétences linguistiques.

B. Interviews

1. Objectifs

Les interviews qualitatives permettent d'interroger une éventuelle pratique du *care*. Côté interview de coordinatrices de structures, deux points de vue différents sont attendus. Les interviewées parlent avant tout du point de vue de l'institution. Cependant, je souhaite être également attentive au point de vue personnel des professionnelles que j'interroge. Je les appelle *coordinatrices*, car elles sont toutes en charge d'initiatives multiples dans le cadre du

soutien à l'entrepreneuriat féminin. Je souhaite comprendre le degré d'*agency*⁶ de ces professionnelles au service tant d'une structure que des participantes. De la même manière que Gilligan (2023) fait apparaître de nouvelles voix humaines, je souhaite donner des visages à ces boîtes noires que sont les « institutions » ou les « acteurs », et comprendre de quelles manières les coordinatrices influencent et sont influencées par les structures par lesquelles elles sont employées, mais aussi par les participantes.

Côté participantes, je souhaite interroger des femmes qui participent à des programmes de « sensibilisation », autrement dit des programmes de lancement de startups. Ces programmes sont destinés à des femmes qui ne mènent pas encore d'activité économique de manière officielle. Je les appelle *aspirantes entrepreneuses, participantes*, ou même *femmes interrogées*, par contraste avec les coordinatrices qui avant tout sont interrogées en tant que représentantes d'une structure. Je souhaite comprendre ce que ces femmes viennent chercher dans les programmes et événements auxquelles elles participent, et ce qu'elles en retirent. Je me pencherai aussi sur leur perception du discours l'entrepreneuriat, les éléments qu'elles s'approprient et ceux qui créent des tensions pour elles.

Ces interviews sont utilisées de manière suivante :

- Collecte des interviews transcrites mot à mot (en annexe).
- Interprétation des interviews dans la partie résultats de ce travail selon les thèmes définis dans les grilles de d'interview et ceux qui sont apparus lors des entretiens.
- Confrontation des points de vue dans la partie discussion de ce travail.

2. *Méthodologie des interviews*

- Interview de 13 femmes participantes à des formations non-mixtes à l'entrepreneuriat pour des femmes qui souhaitent lancer un projet entrepreneurial (noms modifiées pour protéger leur anonymat).

Toutes les participantes interrogées ont participé au programme que je coordonne. En postant une annonce sur un groupe WhatsApp commun, j'ai pu trouver des femmes partantes pour partager leur expérience.

⁶ On peut considérer que la notion d'*agency* renvoie ici à la capacité et à la liberté d'un individu à faire des choix conscients en tant que sujet appartenant à une toile de relations (Burkitt, 2016).

- Interview de 4 coordinatrices opérant des initiatives de soutien à l'entrepreneuriat féminin au sein de structures mixtes de soutien à l'entrepreneuriat.

Toutes ces professionnelles ont été contactées par email. Je n'en connaissais que trois sur les quatre, mais je me suis dans tous les cas présentée avec ma double casquette d'étudiante en Master Genre et de chargée de programme de sensibilisation à l'entrepreneuriat.

Certains noms propres ou détails évoqués pendant les entretiens ont été remplacés par des noms génériques afin de préserver l'anonymat des personnes interrogées sans perturber la compréhension de l'interview.

Les entretiens ont duré 30 minutes chacun environ. Leur introduction est identique :

- Rappel de l'objectif de l'entretien (« Je réalise des entretiens dans le cadre de mon mémoire de master qui porte sur l'entrepreneuriat féminin. »)
- Rappel de ma position de chercheuse (« Je m'adresse à toi en tant qu'étudiante en master en études de genre. Ce qui se dit dans cet entretien sera anonymisé et ne sera pas partagé dans un autre cadre que celui de mon mémoire »)
- Demande de consentement à enregistrer notre conversation (« Si c'est ok pour toi, je vais enregistrer notre conversation afin de pouvoir retranscrire mot à mot ce que tu dis, sans risque d'oubli ou de réinterprétation »).

Les entretiens ont ensuite été retranscrits entièrement avant analyse. Ils sont consultables en annexe.

La méthode employée pour l'analyse est la suivante :

- lecture des retranscriptions
- création d'un tableau à double-entrée, questions en lignes, personnes interviewées en colonnes.
- Résumé de chaque réponse pour chaque interviewée.
- Utilisation d'un code couleur pour dégager des tendances globales, des réponses qui se recourent.
- Explicitation de ces tendances dans la partie *résultats* ce travail selon les thèmes répertoriés dans la grille d'entretien, en ajoutant les thématiques non-anticipées qui ont émergé.

3. Grille d'entretien

Les entretiens se découpent en thématiques, au sein desquelles plusieurs questions ont été posées. Certaines questions additionnelles ont également été posées pour préciser les réponses des interviewées.

| Thèmes structures | Questions structures |
|-------------------------------|---|
| Compréhension du public cible | Qui sont vos participantes? |
| | Quels sont leurs besoins ? |
| | Les obstacles qu'elles rencontrent? |
| Vision de l'entrepreneuse | Que veut dire pour vous entrepreneuse ? |
| | Avez-vous des personnalités en tête ? |
| Intention d'impact | Quelle est la mission de votre structure ? Pourquoi cette mission ? |
| | Quels sont vos KPIs / unités de mesure de votre succès ? |
| | Quels sont vos résultats ? |

| Thèmes participantes | Questions participantes |
|---|--|
| Motivations et aspirations | Qu'est-ce qui t'as amené à vouloir entreprendre ? |
| | Quelles sont tes aspirations, tes rêves pour ce projet ? |
| Besoins et obstacles | Quels sentiments ressens-tu face à ton projet ? (ex : frustration, bonheur, etc.) |
| | Quels sont les obstacles que tu rencontres pour avancer dans ton projet ? |
| Vision de l'entrepreneuse | Quand je dis le mot "entrepreneuse", quels mots, idées te viennent à l'esprit ? |
| | As-tu des personnalités en tête ? |
| | Quels sont les on-dit de l'entrepreneuriat? Les préjugés ? Est-ce que tu es d'accord avec eux ? |
| | Est-ce que tu te qualifies d'entrepreneuse ? Pourquoi ? |
| Rapport aux formes de soutien à l'entrepreneuriat | Qu'est-ce qu'il te manquerait pour te lancer ? |
| | De quels soutiens et réseaux bénéficies-tu actuellement pour ton projet entrepreneurial ? |
| | Pour chacun des accompagnements : qu'est-ce que tu recherchais, et finalement qu'est-ce que tu as trouvé ? |
| | Comment as-tu tiré profit de ces soutiens jusqu'ici ? |
| | Répondent-ils parfaitement à tes besoins ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ? |
| | Ton projet s'est-il modifié depuis que tu as sollicité ces aides ? Comment ? |

4. Profil des interviewées

Voici un tableau récapitulatif du profil des structures interviewées :

| Structure interviewée | Nombre de personnes interviewées | Vocation de la structure, via leurs initiatives non-mixtes | Formes d'accompagnement |
|-----------------------|---|--|---|
| A | 1 | Supporter le développement des projets d'entrepreneuses | Financement Formations Coaching individuel |
| B | 2 (1 interview, 2 personnes présentes) | Soutenir les initiatives qui accompagnent les entrepreneuses | Financement d'initiatives, organisation d'évènements, lobbying auprès d'institutions publiques et privées |
| C | 1 | Supporter le développement des projets d'entrepreneuses | Formations Évènements Coaching individuel |

Voici un tableau récapitulatif du profil des participantes :

| Nom | Âge (ans) | Situation professionnelle | Parcours |
|--------|-----------|-----------------------------|---|
| Alicia | 43 | Indépendante complémentaire | Après un burnout, elle souhaite se reconvertir dans le coaching. Aujourd'hui elle est salariée à mi-temps et souhaite développer en parallèle un service de coaching administratif et comptable, son domaine d'expertise initial. |
| Anna | 39 | Indépendante | Après un accident, elle souhaite modifier son activité de coaching pour y inclure du développement personnel. |
| Bachra | 44 | En recherche d'emploi | Après de mauvaises expériences salariales, elle a suivi une formation de coaching et souhaite proposer un accompagnement pour les personnes avec un TDAH ⁷ . |

⁷ Trouble Déficit de l'Attention avec ou sans Hyperactivité

| | | | |
|---------|-----------------|-----------------------------|--|
| Hira | NI ⁸ | En recherche d'emploi | Après une fatigue du salariat, elle souhaite lancer deux projets entrepreneuriaux. Un projet proche de son expertise en banque et assurance, en association avec une ancienne collègue, et un projet passion qui ferait découvrir la mode pakistanaise aux public belge. |
| Kim | 25 | En recherche d'emploi | N'aimant pas son travail, elle suit une formation de conseil en soin de la peau et souhaite se lancer à son compte ensuite, pour conseiller les peaux mates. |
| Manon | 36 | En recherche d'emploi | Après un burnout, elle fait une formation en coaching. Aujourd'hui, elle a lancé une plateforme de mise en relation coach-client. |
| Ruby | 36 | Indépendante complémentaire | Après un burnout, elle fait une formation en soin des plantes. Aujourd'hui, elle a ouvert un pop-up store de 3 mois pour tester son concept de vente et conseils pour les plantes. |
| Sayda | 43 | Indépendante complémentaire | Après un burnout, elle a souhaité développer une activité de cupping therapy. Elle est actuellement occupée à plein temps par cette activité. |
| Selma | 58 | En activité salariée | Après un burnout, elle est en arrêt maladie et cherche de quelle manière rebondir. |
| Shaïma | NI | En recherche d'emploi | Après des expériences salariales peu enrichissantes, elle souhaite développer une activité de cupping therapy. |
| Sylvia | NI | En recherche d'emploi | Au chômage après une carrière dans la restauration, elle souhaite ouvrir son propre restaurant belgo-espagnol. |
| Tiffany | 44 | En recherche d'emploi | Après un long arrêt maladie, un rapport difficile au salariat, et une courte expérience informelle d'entrepreneuriat, elle souhaite se lancer dans la mode. |
| Zora | 45 | En recherche d'emploi | Après un burnout, souhaite proposer des ateliers d'ennéagramme pour les femmes. |

⁸ Non indiqué : les participantes n'ont pas souhaité préciser.

5. *Réflexivité*

Il est important de définir ici les limites de l'échantillon de participantes aux formations à l'entrepreneuriat. Les 13 femmes interrogées ont toutes participé à la même formation de trois mois que je coordonne. Bien qu'elles ne se connaissent pas toutes (elles appartiennent à différentes cohortes de cette formation), elles se croisent lors d'évènements communs. Certaines viennent d'après recommandation d'autres. Beaucoup viennent parce qu'elles connaissent l'ASBL porteuse du programme, qui œuvre pour les entrepreneur.euse.s de la communauté marocaine de Bruxelles. Elles appartiennent donc à un cercle restreint. Toutes ces femmes ont pu également se libérer tous les lundis matin, elles n'ont donc pas d'autre obligation d'ordre professionnel ou personnel à ce moment-là. Par ailleurs, aucune ne souhaite se lancer dans l'entrepreneuriat par nécessité (par exemple, parce qu'elle ne trouverait pas de travail salarié, ou aurait besoin rapidement d'argent). Toutes les participantes parlent et écrivent le français.

De plus, il est important de noter que j'ai déjà une relation avec les participantes interviewées. Dans le cadre de ma mission de chargée du programme, je conçois un programme de formation, mais je gère également le quotidien du programme : accueil des participantes, animation de travail en groupe, suivi individuel de chaque parcours. Je partage donc leur évolution durant trois mois. Cette position me trahit parfois en fin d'entretien. Une fois le micro coupé, j'ai parfois réagi à ce qu'a dit la participante pendant l'entretien sous forme de conseils ou en prenant plus personnellement de ses nouvelles⁹.

Par ailleurs, ma relation avec les chargées de projet est aussi à expliciter. Mon travail en tant que chargée de projet m'a invité à rencontrer de nombreuses autres coordinateur.rice.s dans l'écosystème entrepreneurial, et plus particulièrement l'entrepreneuriat féminin. Au fil des évènements, pendant lesquels nous rencontrons souvent les mêmes individus, j'ai tissé des relations avec certain.e.s acteur.trice.s. Ces relations, ainsi que mon poste, m'ont permis d'obtenir les interviews utilisées pour ce travail. Cette position pousse également certaines interviewées à donner leur propre point de vue, avant même celui de la structure.

⁹ Une des participantes (Selma) a aussi mentionné cette relation pendant l'entretien : « T'as réussi à te faire accepter, {enfin pas accepter,} parce que quand on dit accepter c'est comme s'il pouvait y avoir rejet... à te faire adopter comme ça avec aussi bien le côté bienveillance que le côté professionnel, donc tu jongles bien entre les deux. »

Ce travail est donc un double exercice d'*attachement* et de *détachement* de mon objet d'étude (Callon, 1999). Avoir déjà travaillé avec la communauté que j'analyse me donne *l'attachement* nécessaire pour faire advenir des concepts légitimes aux yeux de cette communauté. Cependant, cet effort d'explication, de création de concepts n'est possible que si j'opère un *détachement* pour observer les actions des acteur.rice.s.

III. Résultats

A. Cartographie

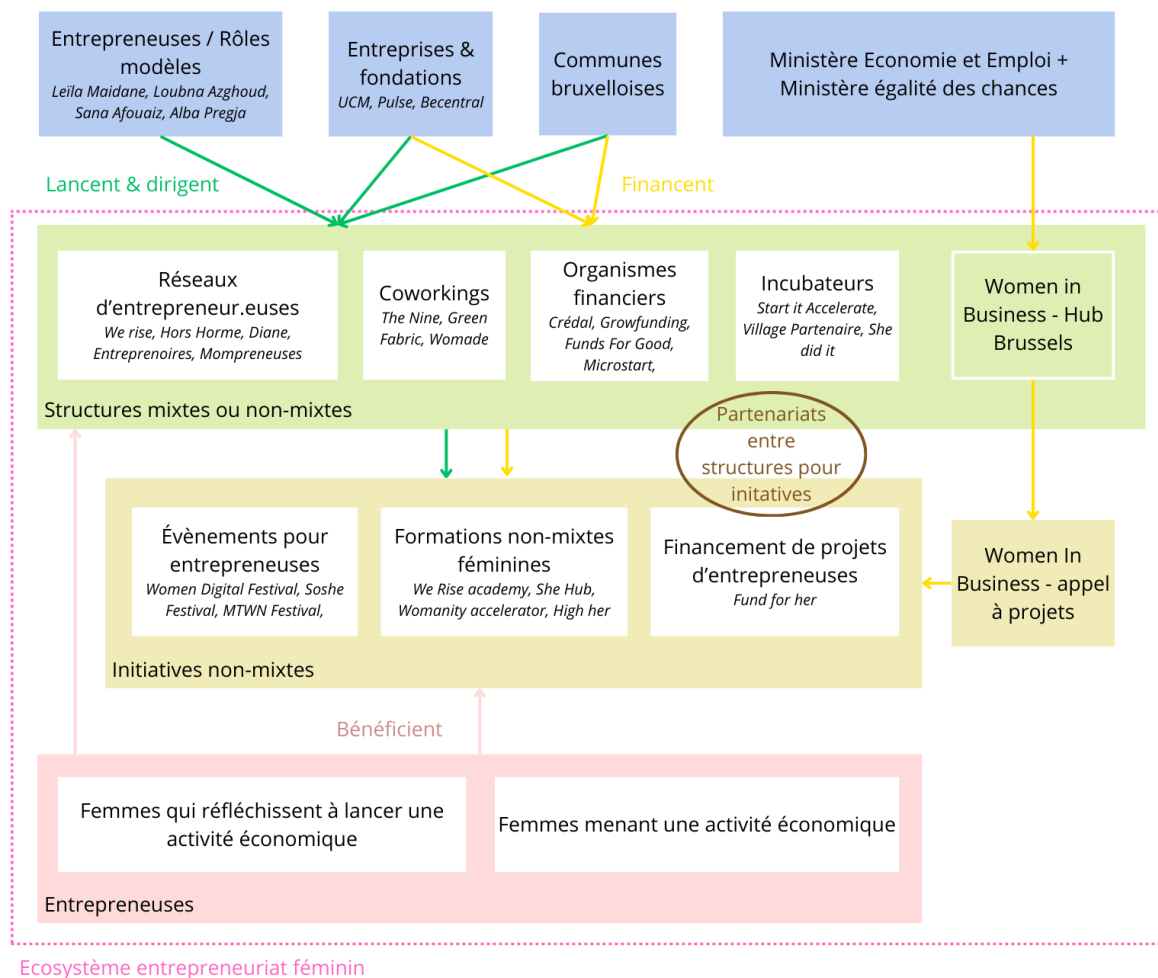


Figure 2 : Cartographie de l'écosystème de l'entrepreneuriat féminin bruxellois.

Au cœur du système, les « initiatives non-mixtes » sont destinées uniquement à un public féminin. Il s'agit d'évènements, ou bien des formations de court-termes destinées aux entrepreneuses ou aspirantes entrepreneuse. Ces initiatives sont souvent gratuites ou très peu chères pour les bénéficiaires (prix inférieur au coût réel). Elles sont lancées et pilotées par une ou plusieurs structures d'entrepreneuriat mixtes ou non mixtes installées durablement sur le paysage entrepreneurial.

Ces structures mixtes ou non-mixtes sont des réseaux d'entrepreneur.euse.s, des coworkings, des incubateurs (pépinières d'entreprises), des coopératives d'activités, etc. Certaines structures sont pilotées par des entrepreneuses reconnues, d'autres par des communes, d'autres encore par des entreprises. Elles sont financées par des fonds privés (sponsoring d'entreprises, initiatives

d'entreprises ou fondations) ou publics (organisme public, subventions structurelles, montages diverses de subventions ponctuelles).

Pour lancer des initiatives non-mixtes, ces structures utilisent des fonds propres ou bien répondent à des appels à projets publics ou privés. La dépendance des initiatives non-mixtes aux appels à projet les rend ponctuelles et volatiles. Certaines initiatives durent une année entière quand d'autres peuvent être un festival de deux jours. Certaines sont renouvelées chaque années, trimestre, tandis que d'autres n'ont lieu qu'une fois.

Un des principaux financeurs de ces initiatives non-mixtes est l'appel à projet Women In Business (WIB). Cet appel à projet est piloté par la cellule WIB du Hub Brussels, l'agence bruxelloise qui promeut l'entrepreneuriat. WIB est une cellule qui se focalise sur les femmes entrepreneuses. L'entité et l'appel à projet sont financés par le ministère bruxellois en charge de l'égalité des chances et Bruxelles Économie Emploi. WIB non seulement contribue à la création de nouvelles initiatives grâce à son appel à projet ponctuel entre 20 000 et 100 000 euros pour soutenir l'écosystème, mais elle rassemble beaucoup de structures dédiées à l'entrepreneuriat féminin dans ses partenaires. WIB est ainsi un organe central du réseau bruxellois de l'entrepreneuriat féminin. Elle également souvent des contacts avec les bénéficiaires finaux des accompagnements via des événements qu'elle organise. Néanmoins son impact est majoritairement concentré sur les structures d'accompagnement.

Ainsi, les parties qui opèrent autour d'une initiative d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin sont de multiples natures. Les bénéficiaires de cet accompagnement ne sont pas ceux qui le financent (en payant). Les structures qui pilotent les initiatives ne sont pas non plus celles qui les financent. Et les institutions qui financent ont très peu de prise sur la manière dont sont pilotées les initiatives. Elles s'assurent de leur impact et de la bonne utilisation des fonds alloués via des rapports d'activité, mais elles n'ont pas de contact direct avec les bénéficiaires des initiatives.

Les initiatives pour les femmes entrepreneuses pourraient se découper en deux catégories, celles destinées aux femmes qui ont déjà lancé leur activité, et celles qui s'intéressent à cette voie mais ne se sont pas encore lancées. C'est à cette dernière cible que je m'intéresse. On parle alors d'initiatives pour « sensibiliser » à l'entrepreneuriat, de structures de « préincubation » ou d'« incubation ».

B. Interviews

1. Structures de soutien

1.1. Mission

Pour toutes les coordinatrices interrogées, la mission de leur structure est l'accompagnement des femmes qui souhaitent entreprendre. Les termes utilisés par les différentes structures sont similaires: « accompagner » « aider » « déployer l'écosystème startup » « sensibiliser » « soutenir » « coordonner ». Cependant, cet objectif se précise de manières différentes au fil des discussions.

Pour certaines coordinatrices, la mission de la structure est avant tout animée par une volonté politique de justice sociale, de rééquilibrage fondé sur des principes : « Il y a certains obstacles, c'est pas ok. Donc nous on est là pour essayer {...} de les réduire, et pour certaines femmes ce soit plus facile », « On a démarré ces activités {...} dans une optique d'inclusivité, de pouvoir proposer nos services au plus large nombre et du coup en fait on s'est rendu compte qu'on répondait pas totalement à cette vision puisque il y avait toute une partie de la population qui finalement n'arrivait pas jusqu'à notre structure ». Certaines structures adoptent une perspective macro plutôt que micro : « Ce qu'il faut comprendre dans notre job, c'est qu'il faut faire très attention à réfléchir au fait qu'on veut juste améliorer un écosystème pour les entrepreneuses. »

Pour d'autres coordinatrices, il s'agit de combler un déséquilibre observé sur le terrain, sans engagement politique : « Moi je te disais mon point de départ n'était pas les femmes. Mon point de départ était les {événements pour les startups et les entrepreneur.euse.s}. Par contre, j'ai vu qu'il fallait faire de la discrimination positive pour remonter le pourcentage de femmes. {...} je me suis dit en fait, les femmes ont toujours les mêmes questions, les hommes aussi ». Ce qui a poussé cette coordinatrice à proposer un accompagnement pour les femmes, c'est de voir de la souffrance qui pourrait être évitée : « Parce que se planter c'est pas grave, pas démarrer c'est pas grave. Par contre, se mettre en difficulté financière parce qu'on a entrepris mais qu'on avait pas les bons indicateurs, ça, ça me touche. Les femmes sont pas plus débiles que les autres, elles sont tout à fait capables de faire des additions, mais c'est la relation aux chiffres en fait. »

Cependant, cela n'empêche pas les structures d'avoir des indicateurs similaires. En effet, il est très difficile pour elles d'évaluer leur efficacité en termes d'entreprises créées. Aucune des structures interrogées ne s'attache à mesurer combien d'entreprises se sont lancées ou ont survécu grâce à leur accompagnement, alors que c'est parfois le cas d'autres structures selon les interviewées : « Nous notre objectif n'est pas spécialement une création d'entreprise. Ça a d'ailleurs été... Je revoyais nos chiffres de 2014 on était sur 1 création tu vois... », « Alors je suis contre les KPIs¹⁰ de nombre de projets qui ont aboutis car *de facto* ce qui est intéressant c'est de voir, on pourrait dire le taux de survie mais là il faut attendre 5 ans. {...} ». Elles se basent toutes sur des indicateurs de participation (nombre de participantes présentes, sensibilisées) et de satisfaction : « Pour moi le premier KPI c'est le nombre de personnes sensibilisées, en deuxième le nombre de personnes qui se sont engagées, le 3^e c'est le taux de satisfaction, et le 4^e c'est dans quelle mesure ça répond aux attentes qu'elles avaient au départ. ».

Les coordinatrices qui font preuve d'un engagement plus politique mentionnent le bien-être des femmes participantes comme un élément essentiel de préoccupation de leur structure : « Mais notre objectif n'a jamais été la création d'entreprise, mais surtout une remise sur le chemin professionnel plus largement. Une reprise de confiance, le fait de réintégrer un groupe un réseau, le fait de retrouver aussi une espèce de routine de travail. », « Oui ok, même si on arrive à 50/50 {d'indépendantes et d'indépendants}, et on le veut, pourquoi pas, mais il faut que les conditions de vie saine et sereine soient réunies. ». Ces nuances d'ordre qualitatif sur des KPIs d'ordre quantitatifs posent cependant le défi de la juste évaluation du travail fourni. Toutes les coordinatrices parlent de la difficulté d'évaluer de manière chiffrée l'impact sur les participantes. Certaines parlent même de l'écart entre les chiffres qu'elles doivent annoncer et ce qui leur importe vraiment, ce qui a un impact positif à leurs yeux : « Les KPI dedans sont beaux, des trucs très beaux sur papier. {...} On peut faire le taux de no-show¹¹, les couvertures réseaux sociaux. {...} Maintenant honnêtement moi c'est des KPI à titre personnel je m'en fous. Parce que ça me donne pas la plus-value de ce que je viens de t'expliquer. »

¹⁰ KPIs : *Key Points of Interest* – indicateurs de résultats, unités de mesure de résultats.

¹¹ rapport entre le nombre d'inscrites et le nombre de personnes présentes à l'évènement

1.2. Public cible

Deux coordinatrices mentionnent un écart entre le public qu'elles ciblent et le public qu'elles attirent. Le public qui vient frapper à la porte de leur structure est un public favorisé (« avec un diplôme universitaire, qui habitent Uccle, et qui ont 35 ans maximum ») et celui qu'elles cherchent à attirer et soutenir l'est moins (« des porteuses de projet qui sont au chômage depuis plus de 12 mois, qui n'ont pas nécessairement de diplôme supérieur, qui sont potentiellement de nationalité étrangère, en tout cas qui potentiellement pourraient cumuler différents types de discriminations. Donc ce fameux public intersectionnel. »).

Une coordinatrice affiche une intention franche de soutenir particulièrement des femmes victimes de discriminations intersectionnelles. Elle mentionne plusieurs fois des situations autour des participantes : « Il y a de grandes chances pour qu'elles soient mamans solo. Et même si elles ne sont pas maman solos, elles n'ont pas spécialement toujours de l'aide de leur compagnon pour les enfants. Et donc elles ont pas forcément le temps de se pencher sur leur projet professionnel. Du coup le taux d'absentéisme est beaucoup plus élevé pour ce public là que pour un autre. Il y a aussi le côté financier. Notre autre public {favorisé} il dispose d'un petit capital qui va leur permettre de carrément potentiellement acheter un lieu. Là elles {participantes discriminées} ont même pas les moyens de faire un petit test de leur projet. ».

D'autres coordinatrices restent prudentes sur la différenciation des soutiens. Elles expliquent d'abord qu'un chiffre peut cacher des situations très différentes : « dans les 30 % d'indépendantes, il y en a quand même 52 % d'entre elles qui ont moins de 20000 {euros de revenus par an}. Ça veut pas dire qu'elles galèrent toutes, encore une fois, mais il faut se poser la question : parmi ces 52 %, qui sont vraiment celles qui ont que ces 20000 par an et pas plus, et qui sont celles en fait qui se disent en fait ok ben c'est nickel 20000 j'ai hérité d'un appart ? Et donc c'est cette nuance-là de toujours avoir en tête. ». Ces coordinatrices s'interrogent sur le fait de cibler son accompagnement sur les personnes qui seraient plus désavantagées : « C'est ça ce qui est très difficile dans nos jobs. À titre personnel c'est très compliqué parce qu'on a souvent tendance à parler d'un féminisme très universel donc on ferait pas de différences, et je pense que c'est important {...} de pas arriver en mode oui on va faire des quotas, on va se dire il faut X% qui est handicapé, X% de femmes, X% qui sont issus d'un milieu précarisé, c'est pas ok de vouloir influencer la manière dont on va appuyer le citoyen lambda, par contre c'est quand même chouette de notre côté d'être capables de se poser la question à chaque fois qu'on

met en place une action et de se dire « mais est-ce que ça c'est pas un point d'attention où nous on est peut-être un peu moins sensible ou plus aveuglé ? » et donc de regarder ».

Une autre coordinatrice se compare au public qu'elle attire : « Je sais que j'ai une moyenne d'âge qui est supérieure aux autres projets, aux autres programmes de manière générale. Ça a toujours été, j'ai l'impression qu'elle suit mon âge d'ailleurs. À l'époque de début des startups la moyenne d'âge était autour de 24 ans moi j'étais à 37, et là je suis autour de 40. ». Elle montre cependant que dans des expériences mixtes, sa structure a réussi à attirer des femmes en modifiant des aspects de son discours marketing : « les deux premiers {événements} on avait 3 femmes pour 68 {hommes} et le deuxième 5 sur 80. Mais bon il y avait un mois entre les deux. Et en fait en changeant la com les visuels, la formule (...), au troisième on avait 48% de femmes. »

Cette coordinatrice parle également d'un changement des motivations pour entreprendre : « Ce que j'ai vu évoluer très fort, c'est qu'assez rapidement la motivation première dans lancer une startup était de lever des fonds, et ça ça a disparu, là on est beaucoup plus sur le sens, changer de vie, contribuer, l'impact social... »

1.3. Vision de l'entrepreneuse

Toutes les coordinatrices interrogées s'accordent sur deux choses. D'une part, le terme entrepreneuses rassemble des réalités très diverses difficiles à cerner. D'autre part, une entrepreneuse n'est pas un statut juridique ou le simple fait de posséder son entreprise.

Plusieurs coordinatrices définissent cette figure avant tout par ce qu'elle n'est pas. Autrement dit, elles formulent une critique de certains profils qui se disent entrepreneurs et qui, selon elles, ne devraient pas se qualifier comme tels. : « Moi j'en connais qui sont entrepreneur et ils sont sur la même mission depuis 5 ans chez BNP et ils ont une adresse email BNP. C'est pas entrepreneur. J'ai rien contre, c'est une autre forme de rémunération du travail et je pense qu'on va y arriver de plus en plus, mais c'est pas entreprendre. Par contre il y a des gens qui sont salariés, mais 1/5 de leur temps, 2/5 de leur temps, 5% de leur temps, ils sont entrepreneurs. ».

Pour certaines, une entrepreneuse est une manière d'être : « Et c'est avant tout pour moi une attitude, une posture, une manière de voir les choses, une manière de vivre ». Pour plusieurs coordinatrices, il faut aussi des qualités particulières pour se dire entrepreneur.euse : la prise de

risque, mais aussi « l'engagement, le grit¹², le fait d'être entre guillemets dehors chez ses clients, la capacité à collaborer ». Être entrepreneuse, c'est être « quelqu'un d'un peu débrouillarde, qui trouve des astuces, qui arrive à trouver des solutions, qui s'adapte, qui est à l'écoute des besoins du marché et qui propose une solution par rapport à ça. »

On retrouve en second lieu la création de quelque chose d'autre que soi : « {Être entrepreneuse c'est} créer de la valeur », « Et donc pour moi l'entrepreneuse il y a cette notion, même de manière pratique, virtuelle, de réaliser quelque chose, de rassembler à nouveau de manière virtuelle ou pratique, des gens, autour d'une offre. ».

Pour toutes les coordinatrices, un.e entrepreneur.euse n'est pas définie par son succès : « C'est pas une question de statut, pas une question d'envergure. Il y a des entrepreneurs qui se plantent, des entrepreneurs à succès, des entrepreneurs à temps partiels ». Une coordinatrice voit aussi des qualités d'entrepreneuse dans la dimension personnelle de la vie de certaines participantes : « mamans solos c'est le summum de la créativité, de trouver des plans b ».

Enfin, les coordinatrices citent des modèles d'entrepreneuses très différents. L'une cite des signes de réussite économique : « Quand tu les vois en haut de l'affiche... même dans des secteurs qui sont concurrentiels. ». A contrario, l'autre critique la médiatisation, la communication enjolivée des personnes qui se disent « entrepreneuses » sur les réseaux sociaux. Cette dernière insiste sur l'importance de ne pas idolâtrer cette figure : « Il faut pas voir l'entrepreneuriat comme le Saint Graal que tout le monde veut atteindre. Déjà 1 tout le monde n'a pas envie d'être entrepreneur ou entrepreneuse, et c'est un métier comme un autre en fait. ». Elle mentionne comme exemples celles qui selon elle « produisent de la valeur » : « Tu as Léna Situations, typiquement désolée on peut dire tout ce qu'on veut d'elle, elle fait plus pour l'entrepreneuriat féminin que toi et moi au quotidien dès lors où elle dit « je vais vous amener dans ma journée où je travaille avec XY créateur » et où on l'a vu évoluer, on l'a vu créer sa vision ».

La notion de risque revient plusieurs fois. D'un côté, une coordinatrice parle de l'aversion au risque qui s'observerait dans les statistiques d'entrepreneur.euse.s qui se lancent : « il y a beaucoup plus d'hommes qui passent la barre. Il y a ce côté risque. Risque que tu veux ou pas prendre, et est-ce que tu peux le prendre. ». « Pouvoir » montre ici la conscience d'un contexte

¹² *Niaque, détermination.*

qui orienteraient les décisions des femmes entrepreneuses. C'est une position différente de celle d'une autre coordinatrice, pour qui la prise de risque est une condition *sine qua non* à l'entrepreneuriat, mais ne souligne pas particulièrement de déséquilibre entre entrepreneuses et entrepreneurs : {en parlant de quelqu'un qui se dit entrepreneur mais ne l'est pas selon la coordinatrice} « il n'y a pas de notion de risque non plus. Il a rien mis sur la table. Il a signé un contrat, tous les jours il est payé, même s'il glande, même s'il est malade, la plupart du temps en tout cas. Voilà il a rien mis sur la table. Ça peut être de l'argent, ça peut être ta situation sociale, ça peut être ton temps. Voilà pour moi c'est ça la différence. ». Cette coordinatrice accorde peu d'importance au genre. Elle cite de manière peu différenciée entrepreneuses et entrepreneurs dans son interview.

1.4. Spécificités des femmes ?

Aucune des coordinatrices n'aime parler d'une différence entre femmes et hommes. Pour la coordinatrice de la structure A, faire des accompagnements non-mixtes permet une intimité plus grande au sein du groupe de travail, ce qui donne la possibilité d'aborder des sujets plus personnels. Bien qu'elle explique que les thématiques abordées sont les mêmes, elles soulignent que le programme « appuie » plus sur certains sujets : la fixation des prix (valorisation de soi et de son service), la finance (« ça leur fait toujours vraiment peur parce qu'elles ont l'impression de ne pas avoir les compétences, que c'est quelque chose de naturel que c'est moins pour les femmes que pour les hommes »), le pitch (pour paraître plus confiante et assertive, « et pas à commencer par dire « j'ai ce petit projet » et « j'ai pas totalement toutes les compétences pour mais... » des choses qu'on entendrait pas spécialement de la bouche de certains hommes. »). Ce sont quasiment les mêmes thématiques qui sont mentionnées par la coordinatrice de la structure C, qui cependant relève ces besoins tant chez les femmes que chez les hommes.

Les coordinatrices de la structure B quant à elles mentionnent notamment les écarts de revenus entre indépendants et indépendantes pour justifier leur intervention. Cependant, elles se montrent méfiantes face à la comparaison des hommes et des femmes : « Moi j'entends beaucoup, même auprès des partenaires, quand on parle avec elles, elles vont te dire que la faute revient entre guillemets tout le temps à l'entrepreneuse. Même si c'est pas les mots qui sont employés c'est : « elles ont du mal à avoir une posture entrepreneuriale », « elles se sont pas à l'aise avec l'argent », ou alors ça va être des discours inverse et de dire « non parce que les hommes osent plus » ou « ont plus de testostérone » et je suis en train de me dire mais ouais

dans 2 minutes vous allez me dire qu'on a pas le même cerveau en fait. C'est pas la question qu'on doit se poser. C'est des petits détails, mais je vois pas en quoi parler tout le temps de ce qui fait la différence entre l'homme et la femme ça va permettre à l'indépendante d'être plus à l'aise dans son travail actuel. ».

Les coordinatrices des structures A et B parlent toutes les deux de la nécessité de soutenir tous.les les entrepreneur.euse.s. Cependant, une coordinatrice de la structure B relève un contexte discriminant : « Mon combat c'est pas de dire « il faut aider que les entrepreneuses », mon combat c'est dire : il faut aider les entrepreneurs en général mais dans la manière de les aider ayons conscience que quand on s'adresse à une femme ou quand on souhaite accompagner ou soutenir une femme, il y a certains aspects qu'il faut avoir en tête. ».

1.5. Objectifs de l'accompagnement

Les coordinatrices interrogées montrent certaines tensions entre l'intention affichée de la formation, et son intention réelle. Elles évoquent un curriculum caché basé sur des savoir-être plutôt que sur des savoir-faire : « Je dirais que oui là-dessus d'une certaine manière on les manipule parce qu'on leur dit pas « on va vous apprendre à collaborer à avoir du *grit*¹³ ». Moi le contenu c'est une excuse entre guillemet si je force le trait. ». Une autre coordinatrice explique également un objectif contre-intuitif : « notre challenge à nous aussi, c'est de leur permettre qu'elles se rendent compte elles-mêmes que... je vais pas dire que c'est pas fait pour elles, parce que potentiellement une personne qui aujourd'hui n'est pas une entrepreneuse pourrait l'être dans plusieurs années... C'est des choses qui pourraient évoluer. ».

Plusieurs posent frontalement la question de l'inné et de l'acquis : « Après voilà il y en a qui ont ça dans le sang depuis la naissance c'est sûr ». Une autre structure développe : « C'est une attitude et faut être honnête aussi, si tu regardes les tout tout bons entrepreneurs en Belgique ils ont pas eu besoin ni d'accélérateur ni de coaching et de suivre des formations à Solvay hein. Ces gens d'instincts ils ont 70% de ce qu'il faut et ensuite ils savent bien s'entourer à travers un bon CA¹⁴ ou un bon mentor. ». La coordinatrice fait part d'un sentiment, d'un instinct qui lui dirait qui aurait du succès : « J'ai arrêté de compter, en juin 2018 j'avais rencontré 2000 entrepreneurs en 1to1¹⁵. Et c'est incroyable quelle que soit l'idée à chaque fois dans les 10

¹³ Niaque, détermination.

¹⁴ Conseil d'Administration – dans ce contexte, groupe de personnes qui conseille l'entrepreneur.euse.

¹⁵ Session de coaching individuelle

premières minutes je me disais « WOW. Ceux-là ils vont réussir en fait ». Même sur des idées auxquelles moi je croyais pas. Il y en a qui sont très connus mais j'imaginai pas. Mais les gens avaient quelque chose que je ne pouvais pas décrire précisément si je prends ceux-là en tête, mais il y avait quelque chose. ».

1.6. Engagement personnel

On relève ici l'utilisation de la première personne et la mobilisation de positions personnelles au cours de l'entretien. Je retrouve cette prise de position personnelle de la coordinatrice avant la position impersonnelle de la structure dans plusieurs des entretiens réalisés.

Une des coordinatrices est la co-fondatrice de la structure qu'elle représente. Son expérience professionnelle et ses opinions orientent donc directement la forme d'accompagnement qu'elle met en place : elle vient du milieu de la tech et des startups, a accompagné de nombreux.euses entrepreneur.euse.s, a constaté des problèmes qu'elle souhaite résoudre. Elle a remarqué que les mêmes questions revenaient sans-cesse de la part des entrepreneur.euse.s, elle en a fait un curriculum : « plan financier, calculer un prix, savoir se vendre, savoir dire non, pouvoir mettre des clients dehors ».

D'autres coordinatrices sont employées par leur structures. Elles montrent cependant plusieurs fois comment l'engagement personnel des personnes à différents niveaux hiérarchiques est crucial dans l'appréciation de leur impact. Elles commencent par la volonté politique, qui selon elles a un fort impact sur la vision de la structure sur l'entrepreneuriat : « Après à voir plus tard, mais l'intersectionnalité aujourd'hui dans l'entrepreneuriat féminin, je sais pas si on le retrouvera plus tard si c'est un autre gouvernement en majorité. {...}. Parce que au final, c'est toujours une vision politique qui a impulsé un changement. ». Ensuite, elles évoquent leur supérieure hiérarchique, qui pousse personnellement pour le développement d'un soutien aux entrepreneuses : « Je la connais personnellement et je sais que c'était une femme qui poussait aussi pour des ressources humaines qui soient basées là-dessus, qu'il y ait des fonds, que ça se développe. » « Même nous ici en interne on a quand même la chance d'avoir une directrice {...} qui, partout où elle peut taguer les femmes, parfois c'est même un peu trop {rire}. On va pas s'en plaindre mais on sent qu'elle a cette volonté ». Les coordinatrices emploient également plusieurs fois les mots « à titre personnel » ou « C'est pas la réponse de {Structure B}. C'est la mienne. ». Elles montrent l'importance de l'effort conjugué de la structure et des personnes aux postes opérationnels : « je trouve ça intéressant d'être dans une dynamique professionnelle où

c'est pas nous qui allons dire « le problème il est là », c'est vraiment une dynamique où il y a nous à l'opérationnel - puisque c'est principalement nous qui devons gérer la machine - mais au niveau stratégique il y a aussi un véritable soutien et j'ai l'impression que c'est ce qui fait que ça fonctionne depuis le début. »

Pour certaines coordinatrices, cet engagement personnel pousse à identifier soi-même les points d'amélioration de leur structure. Cela semble être permis par le fait qu'elles s'intéressent aux intérêts du public cible avant ceux de la structure, ou les leurs : « ce problème de charge mentale et de santé mentale était hyper important chez les entrepreneuses que nous parfois on n'a pas envie de voir parce que on se dit on a pas envie de cantonner la femme dans ça tu vois... mais en fait quand on organise un événement et qu'on a vu que ce workshop¹⁶ était full¹⁷ on s'est dit en fait c'est injuste aussi que selon notre vision on prive de ça. »

1.7. Capacité d'agir

Deux coordinatrices engagées contre les discriminations des entrepreneuses parlent aussi de la multidimensionnalité du problème auquel elles font face : elles n'ont de prise que sur un nombre limité des facteurs qui créent les difficultés accrues des entrepreneuses : « on a pas non plus tous les leviers qu'il faudrait ». Une coordinatrice parle par exemple de la charge mentale : « la charge mentale et le fait que les femmes en couple vont travailler 2 jours et demi de plus par semaine à la maison que les hommes, ben oui c'est un véritable problème mais est-ce que là on a les moyens d'agir là-dessus, pas sûre. ». A partir de ce constat, les coordinatrices tentent de délimiter les problèmes sur lesquels elles peuvent agir. Ces choix se traduisent par une relation aux entrepreneuses différente pour chaque structure. Par exemple, les structure A et C ont pour mode d'accompagnement principal des ateliers de groupes et des coachings individuels. Ainsi, les problèmes qui les touchent sont plutôt d'ordre micro (problèmes individuels). La structure B fait également du plaidoyer auprès d'autres structures de l'écosystème et des institutions publiques. Ainsi les problèmes que la structure B tente de régler sont souvent d'ordre plus macro (problèmes systémiques).

¹⁶ atelier

¹⁷ complet

2. *Participant*

2.1. *Motivations*

Les femmes qui ont répondu à mes questions ne disent souhaiter entreprendre ni pour l'argent, ni par nécessité. Elles souhaitent avant tout entreprendre pour deux raisons majeures : elles ont eu une mauvaise expérience du salariat – un burnout, le vécu d'une injustice, du racisme - et souhaitent profiter de la liberté que représente le statut d'indépendante, et/ou elles souhaitent mettre leur passion au premier plan. Elles expriment une ambition plus pratique qu'idéaliste. Elles souhaitent pouvoir vivre de leur activité : « Gagner ma vie effectivement. Parce que j'ai deux enfants à élever aussi. » (Hira) « Mon rêve c'est que ça fonctionne, que en tout ça financièrement je puisse en vivre. J'ai pas comme ambition devenir riche ou d'ouvrir 10 magasins. » (Ruby).

Cependant, beaucoup s'expriment en termes d'envie, de rêve, voire de vocation : « l'envie d'être indépendante de pouvoir gérer mon temps, d'être reconnue à la juste valeur de ce que je faisais était très important, et c'est ça qui m'a donné envie de me lancer. » (Bachra), « J'avoue que c'était juste un rêve de gamine qui était toujours là dans ma tête » (Ruby). La spiritualité joue un rôle dans la motivation de Zora : « comme je sais que j'ai confiance en Dieu, c'est pas question de ce que je vais ramener comme argent. C'est pas le plus important. Je sais que c'est déjà prédestiné, je vais pas me casser la tête avec des bêtises comme ça. C'est qu'est-ce que je peux apporter à l'autre et qu'est-ce qui peut m'apporter. Ce partage ça me nourrit. Si j'ai de l'argent en plus ben c'est encore top. ». Parfois, elles décrivent très clairement leur vision d'elles-mêmes accueillant des client.e.s dans leur boutique, donnant un atelier, etc. Pour certaines, l'entrepreneuriat permet la réalisation d'une vocation : « Alors écoute, moi ce que je voudrais c'est faire du bien à un maximum de gens. Vraiment. Ça c'est ma mission vraiment, je me sens bien que quand je fais ça. » (Sayda), « Ma mission de vie c'est transmettre aux autres la positive attitude. » (Anna). Pour plusieurs participantes, cette vocation est dirigée vers l'impact positif sur autrui.

Par ailleurs, l'entourage des participantes joue un rôle dans leur envie d'entreprendre. Pour certaines, l'expérience de parents entrepreneurs s'a orienté leur choix. Pour Hira, l'entrepreneuriat est avant tout un rêve d'enfant, un souvenir de voir ses parents passionnés par ce qu'ils faisaient. Pour Alicia au contraire, voir ses parents faire faillite l'a incitée à d'abord choisir le salariat par sécurité. A contrario, Zora raconte qu'elle fut la première femme du côté de sa mère à travailler comme salariée. Le travail d'indépendant est autour d'elle effectué

uniquement par les hommes. Elle dit être « un extraterrestre dans la famille ». Sa mère ne comprend pas pourquoi elle a fait payer les ateliers qu'elle donne dans le cadre de son activité entrepreneuriale : « Pour te dire ma maman qui ne comprend pas ce que je fais me dit « Ah t'as ramené la cafetière l'autre fois quand t'as fait une fête ». ». Pour Bachra, la perspective d'avoir plus de temps pour prendre soin d'elle et de sa famille est primordiale : « Mes motivations il y en a plusieurs mais c'est notamment pouvoir gérer mon temps de travail et les rendez-vous médicaux pour moi et ma mère, surtout ma mère parce qu'elle a pas mal de problèmes de santé. ». Cette liberté était inaccessible en tant que salariée. Elle était obligée de demander une autorisation pour chaque rendez-vous.

2.2. *Vision de l'entrepreneuse*

Les participantes définissent l'entrepreneuse par des traits de caractères : elle aime le risque, elle est « débrouillarde » (« un couteau-suisse »), courageuse. L'entrepreneuse est également indépendante et visionnaire, elle travaille pour elle-même : « {être entrepreneuse} Ca veut dire se gérer. Se gérer, organiser et avoir une vision ». Gagner de l'argent est aussi un critère très important pour beaucoup de participantes. Par exemple, Manon répète ce qu'elle a entendu en conférence : « Moi on m'a dit que tant que je ne gagne pas d'argent c'est un *hobby*¹⁸ ». Kim rejoint Manon sur ce point : « Pour moi être entrepreneuse {...} c'est gagner de l'argent ». Enfin, pour les interviewées, l'entrepreneuse est une combattante : « C'est eu femme qui prend des risques à se mettre à dos quelque part sa famille, ses amis, et tout ce pour quoi elle a travaillé depuis qu'elle est petite. » (Zora). Bachra évoque aussi cette notion de combat, mais moins par rapport à ses proches que par rapport à soi. C'est un combat à mener en solitaire : « Il faut du courage et il faut de la persévérance et savoir où aller. Ou peut-être pas. Ou peut-être on se lance et c'est là qu'on sait où on est. Mais ça m'évoque ça. Il faut savoir se débrouiller. ».

Plusieurs femmes ne se qualifient pas d'entrepreneuses. Elles n'osent pas, ne se sentent pas assez légitimes : « en vérité j'ai envie de le devenir mais dans ma tête c'est comme s'il y avait une barrière. C'est une croyance que je dois briser. C'est pas parce que je suis au chômage que tu ne peux pas entreprendre ». Cette vision de l'entrepreneuse comme un statut d'accomplie se retrouve dans les mots d'Hira, qui dit ne pas se considérer encore comme une entrepreneuse, mais pourrait le devenir quand elle aura réussi : « j'aimerais un jour me dire wow j'ai accompli ça j'ai réussi ce que j'avais envie de faire et je suis entrepreneuse oui oui oui ! ». Le sentiment

¹⁸ Passe-temps, loisir.

d'imposture est nommé par plusieurs participantes : « quand on me dit « entrepreneuse » je me sens encore imposteur » (Manon). Quand on lui demande pourquoi elle ne se considère pas entrepreneuse, Zora répond : « Pourquoi ? Parce que c'est vrai j'entreprends parce que je fais mes ateliers, et je travaille dessus. Mmmh... Je sais pas parce que la société m'a pas donné ce statut-là. ». Elle mentionne également plusieurs fois le fait qu'elle porte le foulard, et comment cela modifie la perception des autres : « On est en 2024, je suis une femme musulmane en Belgique en plus je porte le voile *nanana*. Souvent on me dit le son et l'image ne correspondent pas, mais je leur dit oui ça correspond, c'est moi en fait. ». Cette perception crée des tensions et la pousse à questionner sa légitimité à entreprendre : « Je pensais que j'étais un imposteur, je n'avais pas le droit de le faire. Je suis une femme, je suis musulmane, j'ai un foulard sur la tête c'est mort ça ne va pas marcher. ». Finalement, elle prend la responsabilité de ce sentiment d'imposture : « Donc c'est mes croyances que je me mets moi, même si la société ne me le dit pas. Je n'ai jamais vécu le racisme, c'est une réalité, mais c'est moi qui veux me faire croire ça, me faire peur par rapport à ça. Je suis qui je suis, je crois que les gens quand ils me voient ils voient pas ce que je porte ou d'où je viens. Ils voient mes belles dents par contre {sourit} ».

D'autres participantes, au contraire, sont plutôt sceptiques face au terme d'entrepreneuse. Pour Ruby, se qualifier d'entrepreneuse revêt une faible importance : « Je me suis pas dit ok je veux être entrepreneuse, qu'est-ce que je vais faire. J'avais un projet et du coup je me suis retrouvée dans ce milieu-là. Mais pas l'inverse tu vois. Moi c'est vraiment le projet qui me porte, c'est pas le milieu de l'entrepreneuriat. ». Ruby, Sayda et Alicia mentionnent toutes les trois la difficulté de l'entrepreneuriat : « Je prends conscience que l'entrepreneuriat c'est pas mieux que le salariat. Que le salariat c'est pas mieux que l'entrepreneuriat. Dans les deux cas de figure il y a les difficultés en fait. Et le résultat dépendra de l'investissement que tu vas mettre ». Elles parlent également de la vision idéalisée qu'elles entendent parfois, sans être capables d'en nommer la source : « Effectivement il y a beaucoup d'aides donc « qui veut peut » et « on peut partir de rien » mais... il faut m'expliquer comment parce que là... ».

2.3. Blocages

Les femmes interviewées parlent principalement de deux types de blocages. Le premier est d'ordre matériel : Sylvia a besoin de financement pour ouvrir son restaurant, Selma doit démissionner, Hira doit obtenir des autorisations réglementaires pour exercer. Le second

appartient au registre non-matériel. Plusieurs participantes, en réponse à ma question « qu'est-ce qui te bloque pour avancer » se pointent du doigt : « En fait mon obstacle c'est moi-même. Ça c'est très clair. » (Sayda) « Moi. C'est moi. C'est clairement moi. Je suis toujours pas, même si j'ai des retours très positifs des formations que j'ai données, je suis toujours pas convaincue de ce que je fais et de moi en fait. » (Alicia). D'autres sont moins directes, mais évoquent d'autres freins intérieurs : la procrastination ou le syndrome de l'imposteur. Bachra soulève son besoin de multiplier les formations : « Il y a le piège de faire beaucoup de formations et de pas se lancer. En ce moment j'ai l'impression d'être dedans, parce que là je suis chez vous, et je suis chez {Autre programme de formation} en même temps. C'est pour me rassurer tu vois. Au final c'est le même truc qu'ils proposent tu vois, mais je me sens pas en confiance. Avec le burnout et tout j'ai perdu la confiance en soi. ».

2.4. Objectifs des accompagnements

Plusieurs participantes ont suivi plusieurs formations en même temps, dans l'optique de s'informer. C'est le cas de Ruby par exemple : « Tout ce qui est bon à prendre je prends quoi. » Manon a des mots similaires à Ruby : « Pour moi c'est toujours bon à prendre », « En soit j'aime bien toujours apprendre, me développer, connaître des nouvelles techniques, méthodes, pour moi c'est toujours bénéf de s'inscrire et de voir comment ça va se mettre. ». Ces femmes cherchent à comprendre comment les choses *doivent* se faire. Ce qui peut se comprendre comme à la fois l'ensemble des méthodes existantes pour développer un projet, les acteurs de l'écosystème, mais aussi tout le savoir nécessaire à la gestion d'une entreprise : « Il y a toute une machine derrière » (Zora). Ruby développe : « j'ai fait plein de petits trucs plic ploc comme ça. Parfois ça durait 2 heures, parfois 1 journée. Ça était vraiment pour me rendre compte du milieu, de l'entrepreneuriat, de ce que ça voulait dire, de ce que ça engendrait ». Kim était attirée par ce qu'elle voyait de l'entrepreneuriat sur les réseaux sociaux : « On l'entend partout sur les réseaux sociaux, on dit entrepreneuriat entrepreneuriat mais je connaissais pas le début : où commencer ? comment me lancer ? en vérité je ne suis pas dans les règles » (Kim).

Au contraire, plusieurs participantes rejoignent des programmes de soutien mais ne sont pas motivées par le contenu des formations. Elles n'expriment pas d'objectifs précis : « Pour moi vu mon état psychologique, physique, de fatigue, etc. J'en attendais pas grand-chose en fait. Ce que j'espérais, j'espérais que ça me stimule en fait » (Selma). « J'avais pas d'attentes particulières parce que je savais pas. J'étais un peu paumée je te dirais la vérité, je savais pas

où je me lançais. » (Hira), « Je suis rentrée avec... pas vraiment d'attente. Je me suis dit ok j'y vais, je prends ce qui a à prendre. » (Sayda).

En ce qui concerne les bénéfices que les participantes ont retiré de leurs diverses formations, deux tendances se dessinent.

D'une part, celles pour qui la formation a nourri le besoin d'informations : « On voit un petit peu tout ce qui existe, on met la main à la patte aussi, on se dit voilà. Parce que si tu cherches tout seul, tu zappe peut-être des infos, tu vas peut-être pas chercher là où il faut, tu sais pas ce qui existe. Là on a eu une panoplie d'infos, on a nous-même mis en place plein de choses » (Hira), même humble : « l'envie de repartir au moins avec une chose concrète que je connaissais pas quoi. Je ne m'attendais pas à ressortir de là formée, outillés à 100% mais en tout cas d'avoir des petits trucs en plus. Et c'est ce qui s'est passé » (Ruby).

D'autre part, celles qui se rappellent moins du contenu de la formation que de la confiance que le cadre et le groupe lui ont donnée : « On sort avec beaucoup de confiance en soi, pour celles qui en ont perdu, moi j'en avait énormément perdu » (Tiffany). Retrouver d'autres femmes qui traversent les mêmes épreuves a un effet positif sur le moral des participantes : « Parce que j'ai vu déjà qu'il y avait d'autres femmes dans mon cas. » (Shaïma), « {elles} ont aussi ce rêve, et là ça m'a encouragé je suis sortie avec vraiment la décision prise. » (Sylvia), « La partie développement personnel ça m'a fait énormément de bien. Les gens. Ça m'a permis de comprendre que mon cerveau n'était pas complètement atrophié » (Selma).

Ensuite, peu de femmes déclarent que le programme a changé leur projet. En effet, plusieurs se disent « têtues » : « En fait je pense que moi en fait quand j'ai une idée en tête en général on peut pas trop me la faire modifier et me la faire changer. » (Manon). Cependant, composer son propre projet grâce aux outils dispensés revient souvent : « Dans les accompagnements ce qui m'intéresse plus c'est les outils comme le plan financier, le *business canva*¹⁹ et tout ça qui vont m'aider à intégrer des choses en plus sur mon projet. » (Manon). Les participantes parlent de « structuration » du projet grâce aux formations, de réalisation de la « machinerie derrière » comme le disait Zora plus tôt : « C'est pas genre je vais lancer mon projet comme ça. Non il faut réfléchir au tarif, à ce que je vais mettre en place, ce qu'il y aura autour. J'ai une autre vue en fait sur le projet » (Shaïma).

¹⁹ Plan stratégique de développement de l'activité

Par ailleurs, la gratuité de la formation est également jugée positive et nécessaire par certaines participantes : « si c'était payant j'aurais hésité » (Kim). Sayda pensait devoir investir dans une formation privée payante avant de découvrir la formation gratuite à laquelle elle a participé : « Est-ce que j'avais les moyens ? non en fait je pouvais avoir les moyens mais ça m'a facilité grandement les choses. Pas avoir cette préoccupation de ça va me coûter 4800 euros. ». Ruby a profité quasiment uniquement de formations gratuites : « Je trouve que c'est important parce que quand tu commences l'entrepreneuriat, ben t'as pas un balle {rire} et un an plus tard, t'as toujours pas un balle. Donc si en plus tu dois commencer à investir des sommes au début pour te former, ça devient vraiment inaccessible pour tout le monde ».

Pour Anna cependant, la gratuité n'est pas bénéfique : « J'aime pas parce que déjà l c'est pas gratuit. Il y a beaucoup d'investissement derrière et les gens doivent comprendre que un programme qu'on offre gratuitement ça a quand même une grosse valeur et je pense que quand on paye on met plus d'impact dans le programme qu'on va suivre {...}. quand on a vraiment vraiment besoin et envie il y a moyen de trouver l'argent pour le faire ».

Enfin, les avis divergent sur le besoin de mixité pour un réseau d'entrepreneuses. Par exemple, Anna préfère les groupes mixtes tant pour la pluralité des opinions que pour lutte contre des inégalités : « Peut-être parce que j'ai été dans des réseaux un peu féminins et en fait moi j'aime bien la mixité. Je trouve qu'on a beaucoup à apprendre les uns des autres. Nous sommes des personnes différentes. Nous avons des façons de penser différentes. Il y a plein de choses à apprendre en fait et je comprends très bien le fait de vouloir se mettre entre femmes et de parler de sujet typiquement féminin que les hommes ne peuvent peut-être pas comprendre, comme certaines charges mentales que les hommes ne peuvent absolument pas comprendre tout ça. Mais en fait je pense que c'est dommage justement de rester juste entre femmes parce que ça n'aide pas les hommes à comprendre. ». Cependant, plusieurs participantes ont choisi un programme féminin justement pour être entourées de femmes : « Ça m'a aidé de me dire ce sera entre nous les femmes, on va se soutenir. Peut-être s'il y avait des hommes je me serais pas sentie à l'aise. Le fait qu'il y avait des femmes ça m'a rassuré pour me dire allez je viens. » (Kim)

IV. Discussion

La question qui motive ce travail est celle de l'adéquation entre la volonté de soutien des structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat et les besoins et aspirations de leur public cible. Les données collectées nous ont permis de comprendre les points de vue de femmes qui bénéficient de soutiens à l'entrepreneuriat, et ceux de femmes qui dirigent des structures d'accompagnement à l'entrepreneuriat. Je me propose maintenant d'analyser les relations qui les lient pour questionner l'adéquation entre aide dispensée et aide reçue grâce à la perspective du care. Si nous avons utilisé l'éthique du care comme fil conducteur de notre devoir, nous pouvons ici l'utiliser comme une pratique. Il est important de rappeler que traditionnellement, le *care* a été vu comme une disposition (Tronto, 2008). *Prendre soin de* était perçu comme un trait de caractère naturellement féminin, qui prenait corps dans la relation mère-enfant, et s'établissait dans la sphère privée. Cependant, la recherche féministe a fait apparaître le care non plus comme une disposition, mais comme une pratique, exercée par n'importe qui (pas seulement les femmes) et plus seulement dans l'espace clos du foyer. Ainsi, le care sort de l'espace privé, de l'ordre de l'intime et s'immisce dans la sphère publique et la sphère du marché. Le *care* ne concerne pas seulement une relation unique entre deux individus (celui qui donne et celui qui reçoit le *care*), mais constitue un réseau de relations. **Tronto (2008) découpe le care en quatre phases : « se soucier de » (*to care about*), « prendre en charge » (*to take care of*), « dispenser les soins » (*care giving*), « recevoir les soins » (*care receiving*). Je postule que les coordinatrices ont une relation de care avec les participantes. Pour explorer cette hypothèse, je propose de reprendre la structure en quatre phases de Tronto (2008).**

A. *Se soucier de*

Parmi les participantes, beaucoup arrivent dans les formations dans un état de vulnérabilité et de mal-être. Elles ont subi des burnout ou des traitements difficiles dans le monde du travail. Elles remettent leurs choix de vie personnels et professionnels en question. Elles parlent avant tout de leur besoin de se reconstruire. Certaines femmes interrogées ont une faible estime d'elles-mêmes. Pour la majorité d'entre-elles, réaliser leur vocation, obtenir plus de liberté est un moyen d'accéder à plus de bien-être.

Ce besoin a été entendu par les coordinatrices. L'une d'entre-elles affirme qu'elle a observé un changement de paradigme dans les raisons qui poussent à entreprendre. Désormais, c'est la

quête personnelle de sens qui est prépondérante. On peut donc ici voir une première phase du *care* qui se met en place (Tronto, 2008) : la reconnaissance du besoin. Non seulement les coordinatrices identifient le problème, mais elles « se soucient » des femmes qui font appel à leur soutien. En effet, la plupart des coordinatrices commencent l'interview en expliquant que leur structure propose un/des accompagnements à la création d'entreprise. Cependant, au fil des questions, les intentions qui se dessinent dans les mots des coordinatrices glissent vers un autre registre. Elles sont orientées vers le bien-être des participantes, tant matériel que psychologique. Elles montrent une attention particulière à l'écoute des participantes, élément essentiel du *care* (Noddings, 2012). Cette écoute permet d'identifier les besoins des femmes qu'elles côtoient. Elles se montrent implicitement ou explicitement touchées personnellement par ces femmes et leur bien-être. Elles souhaitent les aider à sortir de ou à ne pas tomber dans la précarité, et à trouver une voie épanouissante, *même si cela ne conduit pas à lancer son projet entrepreneurial*. Ce dernier point est important : aucune des coordinatrices n'a prêché l'entrepreneuriat comme une solution à un problème. Au contraire, certaines sont plutôt sceptiques face à l'enjolivement de l'entrepreneuriat. Elles notent les injustices de ce milieu qui rendent les femmes plus sujettes à la précarité que les hommes. Une des coordinatrices pense même qu'une de ses missions implicite est de faire comprendre à certaines femmes que l'entrepreneuriat ne serait pas une voie souhaitable dans leur situation. Dans la pratique, cette intention se traduit par le fait suivant : aucune des structures n'a pour indicateur de réussite le nombre d'entreprises créées. Les indicateurs sont avant tout des indicateurs d'engagement, de satisfaction, et pour une structure de « sortie positive » : un retour au salariat, un engagement en formation, etc. On observe ainsi ici un premier écart entre les objectifs affichés des programmes de soutien à l'entrepreneuriat féminin et leurs objectifs implicites avant tout portés par les coordinatrices. Cet écart est permis par la relation interpersonnelle de *care* qui s'établit entre coordinatrices et participantes, et qui permet de capter directement les besoins de ces dernières via une attention aux émotions propre au *care* (Held, 2006).

B. Se charger de

A partir de ces observations, les coordinatrices tentent de comprendre quel rôle elles pourraient jouer pour répondre à ces besoins. Nous entrons dans la deuxième phase du *care* selon Tronto (2008) : « se charger de ». Selon la chercheuse, cette phase se caractérise par la reconnaissance par le.a donneur.euse de soin que le problème identifié peut être résolu par iel. Or, si les coordinatrices observent des questionnements auxquelles elles peuvent répondre, elles

évoquent également des besoins sur lesquelles elles n'ont pas de prise. Certaines parlent de situations économiques difficiles, d'autres de charge mentale, de manque de crèches, de discriminations de genre. Leur position ne leur permet donc pas de répondre pleinement aux besoins des participantes.

Face à cette impuissance, les coordinatrices tentent d'identifier les facteurs sur lesquels elles peuvent faire une différence, surtout une différence *visible*. En effet, le second obstacle à la prise en charge directe des besoins exprimés par les participantes est la contrainte de financement de leur structure par un acteur tiers. Elles ont besoin de prouver leur impact auprès de cet acteur pour être financé et ainsi continuer leur activité. Comment ? Avec des résultats quantifiables. Or plusieurs coordinatrices expliquent que certaines actions impactantes ne sont pas aisément mesurables. Une coordinatrice donne un exemple : quand elle pratique une activité de lobbying auprès de banques (pour les sensibiliser à la discrimination au financement des entrepreneuses), cet effort est important mais long et peu visible. A contrario, des événements de visibilité font du bruit et, même s'ils ne sont pas vecteurs de changement en soi selon la coordinatrice interrogée, ils donnent à sa structure la légitimité nécessaire à sa survie. L'action de *care* elle-même est difficilement mesurable : « Le travail inestimable dont parle Jean Oury est un événement ordinaire, un sourire, une conversation entre deux portes, une ambiance ; ces gestes, ces attentions représentent, dans le travail de soin, ce qui a le plus de valeur, mais qui échappe à la mesure par les outils de l'évaluation gestionnaire » (Molinier (2020), p. 72). Certaines coordinatrices affirment ainsi dépasser leur cahier des charges : elles réalisent ce qui leur est demandé dans le cadre de leur mission d'employées, mais elles estiment que pour réellement « prendre soin » des entrepreneuses, d'autres actions invisibles et peu reconnues sont nécessaires. **Il y a donc une certaine tension entre l'intention de care portée par les coordinatrices, leur capacité à apporter les soins adéquats par rapport au problème visé, et les soins que la structure doit montrer qu'elle apporte pour légitimer sa position et sécuriser ses financements.**

Dans *The Caring Relationship in Teaching*, Nel Noddings (2012) étudie la posture de *care* des professeur.e.s. Selon elle, un.e professeur.e peut vivre un « désalignement motivationnel » (*motivational displacement*) quand l'élève a un problème qui n'est pas d'ordre académique, ou qui sort du champ d'action de le.a professeur.e. Dans notre cas, la motivation d'ordre « académique » des coordinatrices est d'accompagner le lancement d'une entreprise. Cependant, nous avons vu qu'après écoute empathique de leur public cible, les coordinatrices

se rendent compte que les besoins exprimés ne sont pas nécessairement d'ordre académique. Or, elles sont dans l'incapacité de répondre à l'ensemble des besoins observés. Émerge alors une tension entre la motivation initiale et la nécessité de répondre au problème exprimé. Cependant, selon Noddings (2012), si le.a donneur.euse de *care* ne peut pas répondre au besoin exprimé du.de la receveur.euse de *care*, la première fera tout pour maintenir la relation de *care*. Autrement dit, **l'objectif de maintien de la relation de *care* passe toujours avant celui de la réponse au problème exprimé.** Comment cela se traduit-il dans notre cas ? Pour les coordinatrices, il s'agit de déployer des actions qui permettent de satisfaire simultanément les financeurs et les participantes. Seulement alors la relation de *care* est maintenue, puisque les femmes ont un envie de continuer, et la structure est financée pour continuer à opérer. Cela s'observe de manière pratique en regardant les indicateurs de performances évoqués par les coordinatrices : ce sont principalement des indicateurs de satisfaction (pour s'assurer de l'état de la relation avec les entrepreneuses), et des indicateurs de participation (pour prouver l'impact aux financeurs). **Si la relation de *care* est maintenue, alors ces indicateurs sont positifs, et les coordinatrices considèrent avoir atteint leurs objectifs.**

C. Dispenser des soins

La troisième phase du *care* (Tronto, 2008) se focalise sur l'acte de *care*, la manière dont il est dispensé. Comment maintenir les indicateurs mentionnés au vert ? Comment prouver un impact et satisfaire les participantes, tout en ayant conscience que l'on n'est pas en mesure de répondre pleinement à leurs besoins ? Les structures interrogées choisissent des panoplies d'actions relativement proches pour répondre à cette question : des actions qui sont du ressort du développement personnel (atelier sur la confiance en soi, évènement de réseautage pour travailler sa capacité à se vendre, etc.), actions du ressort de compétences pratiques (formation au plan financier, coaching sur le business modèle, etc.). Nous retrouvons les ressorts évoqués plus haut du « paradigme de la métamorphose » (*makeover paradigm*) (Berglund et al., 2018). Pour rappel, l'intention initiale est l'accompagnement des femmes vers plus d'épanouissement et moins de précarité - peu importe si cela se traduit par le choix de l'entrepreneuriat ou pas. Jusqu'à un certain point, « le paradigme de la métamorphose » est aligné avec cette volonté, puisqu'il se focalise sur l'*identité entrepreneuriale* plutôt que sur la réalisation du projet en soi. Les structures tentent de rapprocher les femmes accompagnées de l'entrepreneuse idéale, au moyen d'un arsenal de « technologies du soi » (*technologies of self*). Cependant, Berglund et al. (2018) ont une vision verticale du pouvoir. Je souhaite d'abord montrer que ce paradigme

n'est pas seulement une force qu'une institution impose sur un individu. Je soutiens ensuite que ce paradigme permet à la relation de *care* de survivre malgré l'impuissance partielle des coordinatrices à répondre pleinement aux problèmes des participantes.

D'abord, dans une perspective foucauldienne, le discours crée l'objet. Le discours crée un « ordre social spécifique » (Foucault, 1972) dans lequel les individus sont classés et hiérarchisés. Dans notre cas, le discours sur l'entrepreneuse n'est pas seulement produit par les institutions publiques ou privées qui financent les programmes puis enforcé sur les participantes. La cartographie de l'entrepreneuriat féminin nous montre la multiplicité des acteurs de l'écosystème. Les agent.e.s qui lancent des initiatives d'accompagnement ne sont pas les mêmes que ceux qui les financent et que ceux qui en bénéficient. Le discours est produit tant par les institutions de financement (qui sélectionnent les projets) que par les structures d'accompagnement (qui choisissent un contenu), les personnalités influentes (qui mettent en avant des qualités), et les entrepreneuses (qui échangent des informations). Le vocabulaire développé, les méthodes imaginées, les actions de formation, de coaching, de networking alimentent le discours sur l'entrepreneuriat féminin. L'ensemble de ces actions créent l'objet « entrepreneuse ». Il classe les individus : d'un côté, les entrepreneuses, de l'autre, celles qui aimeraient l'être. D'un côté, celles qui ont confiance en elles, et de l'autre, celles qui n'osent pas assez, ne sont pas assez assertives, doivent apprendre à se vendre. D'un côté, celles qui maîtrisent les chiffres, de l'autre, celles qui ne comprennent pas bien leur activité, doivent mieux se préparer, risquent la précarité à moins de réussir à faire un plan financier. **Via la forme et le fond des actions menées, l'ensemble des acteurs de l'écosystème construisent un discours sur l'entrepreneuse et l'entrepreneuriat féminin. Iels décident ainsi - sans forcément en avoir conscience - de qui est entrepreneuse et qui ne l'est pas.**

Nous n'avons donc pas affaire à une relation de pouvoir verticale, mais à une distribution « en spirale » de l'influence (Foucault, 1975). Le discours produit la réalité de l'entrepreneuriat féminin. Aussi, pour « devenir » entrepreneuse, il faut répondre aux critères énoncés par le discours en vigueur à Bruxelles : être assertive, maîtriser son plan financier, savoir travailler en collectif, etc. Ce discours se focalise sur ce que les individus *peuvent* faire pour réaliser leur envie d'atteindre l'idéal de l'entrepreneuse. Autrement dit, il restaure la capacité d'agir des structures et des aspirantes entrepreneuses. En mettant entre les mains des participantes leur responsabilité et leur pouvoir de réussite, ce discours met au second plan les inégalités structurelles qui font obstacle à certaines femmes dans le développement d'une activité

économique (Berglund et al., 2018). Or, dans la perspective de Noddings (2012), si les structures se focalisaient sur la résolution du problème, elles seraient confrontées à leur impuissance face à un système inégalitaire. Ne pouvant plus démontrer leur impact, elles seraient contraintes à la perte de leur relation de care avec les participantes. Au contraire, **dans le discours post-féministe adopté, le problème est réduit à une échelle individuelle (et non plus systémique), ce qui permet aux structures de pouvoir y répondre, et de maintenir la relation de care.**

Pour cette raison, il est important de souligner que les acteur.rice.s de l'entrepreneuriat féminin n'ont pas tous.tes le même poids dans la production et la diffusion du discours dominant. Les structures, et plus particulièrement les coordinatrices en sont des catalyseurs.

D'abord, les structures sont en position de pouvoir. Une relation de *care* n'est pas nécessairement égalitaire (Noddings, 2012). Elle peut supposer un déséquilibre entre le.a donneur.euse et le.a receveur.euse. La relation des structures avec les femmes qui aspirent à être entrepreneuses est une relation inégale. D'une part, la structures est la partie qui est attentive à l'autre, en empathie avec ses besoins. Ce n'est pas le cas de la participante. D'autre part, chaque structure est détentrice du savoir que la participante souhaite acquérir.

La coordinatrice, en tant que représentante de sa structure, a une position d'autorité. Cette position n'est pas celle d'une agente passive et objective. Dans un tout autre contexte, Mogul et al. (2011) abordent les violences policières dans l'histoire des luttes queer aux Etats-Unis. Iels tentent de montrer que la police n'est pas un agent passif d'application de la loi. Au contraire, leur présence sur le terrain leur donne un degré d'agentivité suffisant pour décider sur qui, comment, quand, où iels appliquent la loi. Cette marge de manœuvre leur permet, selon les auteur.rice.s, de « faire leur propre loi » (« *function as lawmakers in their own right* »). Ainsi, iels prennent part de manière active et subjective à la construction « d'archétypes criminels ». La police ne pratique pas le *care*. Cependant, le contact avec le terrain des agent.e.s et leur agentivité par rapport à l'institution qu'iels représentent rappellent ceux des coordinatrices interrogées dans le cadre de ce travail. Ainsi, en étant au contact des participantes, les coordinatrices ont la main sur la manière dont les soins sont dispensés. Elles ne sont pas un intermédiaire passif dans l'application de politiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin.

Or, en même temps que les coordinatrices gagnent des années d'expérience au contact des participantes et de l'écosystème de l'entrepreneuriat féminin, elles se forgent une opinion sur ce que *devrait être un.e entrepreneur.euse*. À force d'être en contact avec un grand nombre

d'(aspirantes) entrepreneuses, une coordinatrice exprime le sentiment de rencontrer les mêmes questionnements, de savoir mieux y répondre, de mieux comprendre les participantes, mais aussi de pouvoir repérer qui réussira. Nous retrouvons ici l'idée d'« archétype criminel » de Mogul et al. (2011). Selon certaines coordinatrices, pour être entrepreneuse, il faut produire de la valeur. Pour d'autres, il faut démontrer de la détermination, de la débrouillardise. Pour d'autres encore c'est quelque chose d'inné. Pour ces coordinatrices, certaines entrepreneuses auto-proclamées ne seraient pas dignes de se qualifier comme telles, tandis que d'autres n'auraient pas ce qu'il faut pour atteindre ce statut.

Ainsi, grâce à leur position d'autorité, et via la forme et le fond de leurs actions, les coordinatrices influencent grandement la production et la diffusion d'un archétype de l'entrepreneuse. En faisant cela, elles départagent celles qui sont entrepreneuses de celles qui pourraient le devenir si elles fournissent assez d'efforts.

D. Recevoir des soins

Les participantes interrogées semblent avoir intégré ce discours sur l'entrepreneuriat féminin. Sa propension à responsabiliser les participantes a un effet tant libérateur que culpabilisateur. Les femmes interrogées montrent une grande envie de connaître le vocabulaire, les méthodes, les acteur.rice.s, Ces connaissances, puisque naturalisées par le discours dominant, sont vues comme la voie « correcte ». Les participantes décrivent ce qu'est une entrepreneuse de la même manière que les coordinatrices. Cependant, plusieurs femmes interrogées n'osent pas se qualifier comme telles. Une des participantes, quand je lui demande pourquoi elle ne se dit pas entrepreneuse, répond : « Mmmh... Je sais pas parce que la société m'a pas donné ce statut-là. ». Certaines participantes se disent avec humour « chômeuse-entrepreneuse » ou « toujours dans la phase hobby ». Elles se perçoivent comme différentes. Kark et al. (2022) remarquent que les personnes issues de groupes sous-représentés dans des positions de leadership font face à un syndrome de l'imposteur. Ce sentiment est accru par le fait qu'elles sont perçues comme différentes et doivent se rapprocher des qualités du groupe dominant qui occupe habituellement la position sociale en question. Or, dans notre contexte, le profil socio-économique normé de l'entrepreneuse bruxelloise est décrit de manière relativement identique par les coordinatrices interrogées. Il a été dressé statistiquement par l'agence publique bruxelloise pour l'entrepreneuriat féminin Women In Business en 2023 :

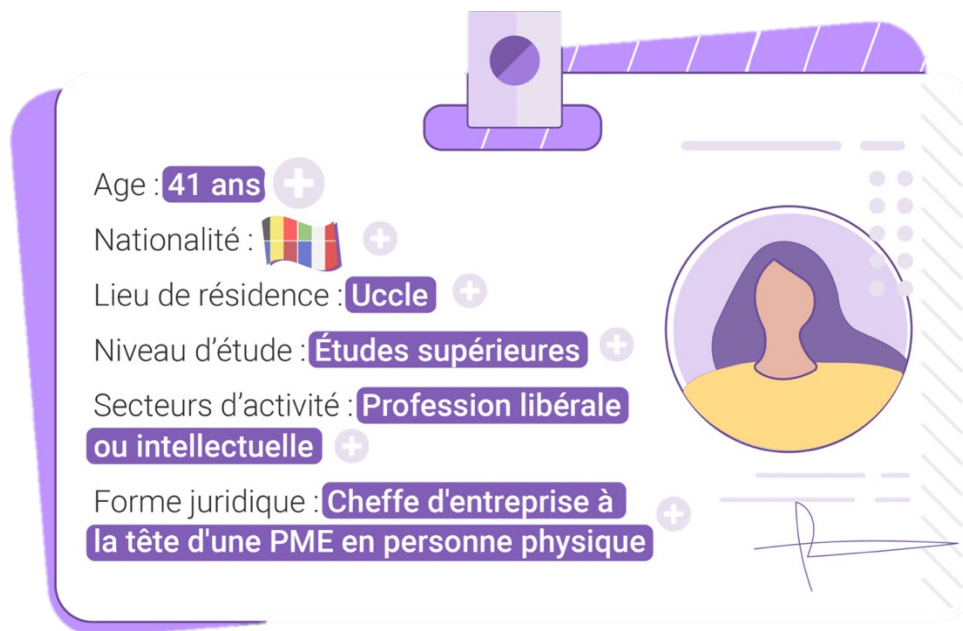


Figure 3 : Carte d'identité de l'entrepreneuse bruxelloise.

Source : <https://womeninbusiness.hub.brussels/barometre-entrepreneuriat-feminin/>

Or, les femmes interrogées n'ont pas nécessairement un profil identique. Elles appartiennent au groupe que les coordinatrices interrogées qualifient de « public intersectionnel », en référence au concept éponyme de Crenshaw (1991) : des femmes racisées subissant des discriminations croisées. Face à l'écart entre elles et la figure dominante, Kark et al. (2022) observent deux sentiments chez les personnes issues de groupes minoritaires en position de leadership : la honte et la peur. Dans notre cas, les femmes interrogées se reprochent à voix haute d'être leur propre l'obstacle, celui qui les empêche d'atteindre l'idéal de l'entrepreneuse à succès. Certaines multiplient les formations, syndrome selon elles d'un manque de confiance impossible à combler. Ainsi, le « jamais assez » dénoncé par le concept du « paradigme de la métamorphose » (Berglund et al., 2018) s'observe parmi les sentiments éprouvés par les femmes interrogées. Ce sentiment va à l'encontre de l'objectif initial de protection et de développement du bien-être des participantes. **En voulant sauvegarder la relation de care grâce à une individualisation des problèmes rencontrés, les structures ont créé un sentiment de culpabilité chez des femmes qui pensent être l'unique source de leur échec à atteindre un idéal, et multiplient les soutiens pour combler l'écart sans fin entre elles et la figure de l'entrepreneuse. L'intention initiale de care ne semblerait ainsi pas se concrétiser en une pratique du care source de bien-être et de réparation pour les participantes.**

Néanmoins, un élément a été perçu de manière très positive par les femmes interrogées : le groupe. Selon elles, le groupe de femmes que créent les programmes auxquels elles ont participé est l'élément qui leur a apporté le plus de satisfaction. Plus que la relation coordinatrice-participante, plus que le contenu des formations, elles disent avoir tiré de la force du groupe plus de confiance en elles, plus de positivité.

Les participantes mentionnent la joie de se retrouver entre personnes à l'expérience similaire. Elles ne mentionnent pas nécessairement le fait que le groupe leur aurait apporter des opportunités. Autrement dit, le groupe a été plus protecteur que tremplin vers l'extérieur. On retrouve dans ce choix d'entre-soi des participantes les critiques de Harrison et al. (2020) sur les « niches de genre ». Celles-ci appauvriraient les opportunités des femmes en renforçant la position périphérique et isolée de l'entrepreneuriat féminin. De plus, ce résultat est contraire aux attentes de certaines coordinatrices interrogées. Ces dernières recommandent une ouverture sur le monde et une confrontation au marché, aux clients. Cependant, si l'on revient à une perspective du *care*, et au besoin initial des participantes qui est de restaurer leur bien-être, **ces « niches de genre » n'accomplissent-elles pas exactement ce que la pratique de *care* suppose ? Ces groupes créent des liens de *care* générateurs de bien-être et de confiance. Ce tissu de relations guide ses membres vers une reconstruction personnelle et professionnelle.**

D'abord, dans la perspective de l'éthique du *care*, les participantes commencent à construire leur indépendance grâce à ce groupe. En effet, dans la morale kantienne et dans le discours entrepreneurial, l'individu est un être *rationnel, indépendant et autonome*. Cet archétype est construit grâce à la désignation d'un groupe social *vulnérable et dépendant* : les bénéficiaires du *care*. On retrouve cette opposition - nommée « dédain à l'égard des destinataires de soin » par Tronto (2009) - dans le discours qui oppose les entrepreneur.euse.s à celles qui aspirent à le devenir. Au contraire, dans l'éthique du *care*, l'autonomie n'est pas vue comme une auto-suffisance solitaire et libéraliste (Held, 2006). L'humain est avant tout construit par les caractéristiques du monde social qui l'entoure, fait d'une toile de relations. Les féministes estiment que l'on est autonome quand on est à la fois façonné par nos relations interpersonnelles et qu'on les influence. Les femmes qui se sont appropriés les groupes de formation comme une toile de relation de *care* s'emparent de l'autonomie décrite par les féministes : elles utilisent les outils mis à disposition pour rêver et guérir *ensemble*.

Ensuite, la constitution d'un groupe non-mixte restaure la valeur des liens entre femmes. En effet, les relations de care qui ont eu le plus d'impact aux yeux des participantes sur leurs besoins sont celles qu'elles ont partagé en tant que groupe. Nous pouvons ici utiliser le concept de *continuum lesbien* (Rich, 2003). Les femmes qui font partie d'un continuum lesbien ont restauré l'importance des interactions entre femmes, dévalorisées par une société hétéronormée. Ce spectre d'interactions d'intensité différentes entre femmes leur permet de se réapproprier leur valeur de manière indépendante par rapport à un homme. Nous retrouvons dans une certaine mesure ce même mouvement de restauration de l'estime de soi chez les participantes, qui valorisent *in fine* les relations entre femme au-delà même du contenu de la formation qu'elles étaient venues chercher.

Une nuance est cependant à apporter : les femmes ne perdent pas de vue leur objectif : devenir entrepreneuse. Ainsi, même si elles valorisent le groupe de femmes auxquelles elles appartiennent, leurs aspirations sont toujours dirigées vers la figure idéale de l'entrepreneuse (Rugina et Ahl, 2023). Même si elles sont conscientes du bien-être que leur apporte les groupes non-mixtes auxquelles elles appartiennent, elles n'aspirent pas à un mouvement de résistance à la norme. Elles souhaitent en faire partie. Or, pour certaines autrices féministes comme Lorde (1979), le conformisme et le fait de compter sur le groupe dominant pour sa survie sont incompatibles avec la constitution d'un collectif qui soutient de manière effectif ses membres :

« Without Community, there is no liberation, only the most vulnerable and temporary armistice between an individual and her oppression. But community must not be a shedding of our differences, nor the pathetic pretense that these differences do not exist. Those of us who stand outside the circles of this society's definition of acceptable women, those of us who are poor, who are lesbians, who are black, who are older, know that survival is not an academic skill. It is learning how to stand alone, unpopular, and sometimes reviled, and how to make common cause with those other identified as outside the structures, in order to define and seek a world in which we can all flourish. It is learning how to take our differences and make them strengths. For the master's tools will never dismantle the master's house. They may allow us temporarily to beat him at his own game, but they will never enable us to bring about genuine change. And this

fact is only threatening to those women who still define the master's house as their only source of support.''²⁰

(Lorde, 1979, « The Master's tools will never dismantle the master's house »)

Dans ce discours, Lorde en appelle à toutes les personnes qui sont en marge de la norme. Ce point fait écho au sentiment des participantes. Certaines ne ressentent pas une légitimité suffisante pour appartenir au « cercle » des entrepreneuses. Lorde les invite alors à faire un mouvement parfaitement inverse au *paradigme de la métamorphose*. Il s'agit de ne plus tenter de se rapprocher de l'idéal, mais de s'emparer de ce qui fait qu'on en est loin. Cette tâche difficile de résistance n'est faisable que grâce à une communauté sur laquelle on peut compter. En effet, ce mouvement de résistance, de redéfinition de ce qui importe pour les individus marginalisés, n'est selon elle menaçant que pour les personnes qui ne comptent que sur le système dominant pour leur survie.

En tentant de donner aux femmes les armes qui ont été faites par et pour les entrepreneur.euse.s reconnu.e.s par l'écosystème (action portée par une volonté d'égalité des chances), les structures d'aide légitiment un discours qui considère les femmes et particulièrement certaines femmes²¹ comme périphériques à l'entrepreneuriat, et insuffisantes au regard de ses standards (Rugina et Ahl, 2023). Elles confirment ainsi la position d'outsider des femmes qui veulent entreprendre. Autrement dit, vouloir donner leur chance aux femmes de jouer sur le même pied d'égalité que les hommes, c'est naturaliser un terrain de jeu défavorable aux femmes (Ahl et Marlow, 2021), et ainsi dévaluer tout autre système de soutien. Au contraire, en tissant des liens avec leur groupe, les participantes ont amorcé un pas vers la création d'un système de soutien alternatif. Soutenir l'entrepreneuriat féminin ne signifierait-il pas alors créer de nouveaux narratifs, dénaturiser le discours dominant pour laisser la place à d'autres imaginaires ?

²⁰ « Sans communauté, il n'y a pas de libération, seulement l'armistice le plus vulnérable et le plus temporaire entre un individu et son oppression. Mais faire communauté ne doit pas signifier occulter nos différences, ni pathétiquement faire semblant que ces différences n'existent pas. Celles d'entre nous qui se situent en dehors du cercle de la définition des femmes acceptables de cette société, celles d'entre nous qui sont pauvres, lesbiennes, noires, âgées, savent que la survie n'est pas une compétence académique. Il s'agit d'apprendre à rester seules, impopulaires et parfois vilipendées, et à faire cause commune avec les autres personnes identifiées comme étant en dehors des structures, afin de définir et de rechercher un monde dans lequel nous pouvons toutes nous épanouir. C'est apprendre à prendre nos différences et à en faire des forces. Car les outils du maître ne démoliront jamais la maison du maître. Ils peuvent nous permettre temporairement de le battre à son propre jeu, mais ils ne nous permettront jamais d'apporter un véritable changement. Et ce fait n'est menaçant que pour les femmes qui considèrent encore la maison du maître comme leur seule source de soutien. »

²¹ Femmes racisées, à faible capital social ou économique, victimes de discriminations intersectionnelles.

V. Conclusion

Ainsi, je me demandais si les formations bruxelloises à destination des femmes qui souhaitent lancer un projet entrepreneurial sont adaptées à leur public-cible. Face à une critique de la recherche focalisée sur la relation asymétrique de pouvoir entre État et entrepreneuses, je choisis d'utiliser l'éthique du *care* comme structure de ma réflexion. D'abord, une cartographie de l'entrepreneuriat féminin bruxellois démontre la multiplicité des acteurs de cet écosystème. Nous avons donc affaire à un *réseau* de relations plutôt qu'à une relation unilatérale d'une institution imposant sa volonté à des individus. Pour interroger le *care* non plus seulement comme *éthique* mais comme *pratique*, je réalise ensuite une étude qualitative sur les relations qui se tissent entre les personnes qui sont chargées de concevoir et gérer les programmes de formation, et celles qui en bénéficient. En supposant qu'il existe une relation de *care* entre ces deux acteurs, quelles tensions renfermerait-elle ? Comment cette relation influencerait-elle les objectifs et les résultats des programmes de soutien à l'entrepreneuriat ?

Au fil des entretiens réalisés avec 13 participantes et 4 coordinatrices, nous avons vu que les coordinatrices se soucient du bien-être matériel et psychologique des participantes au-delà du simple accompagnement dans le lancement d'une entreprise. Cependant, si leur intention est celle de guérir ou protéger les participantes de la précarité matérielle et psychologique, les coordinatrices ne peuvent assumer l'entière responsabilité du *care*. Elles estiment que de nombreux paramètres leur échappent, tant d'un point de vue macro (injustices sociales) que d'un point de vue individuel (volonté propre et situation des participantes). Par ailleurs, les coordinatrices sont contraintes de montrer des résultats quantifiables pour assurer la stabilité financière de leur structure. L'ensemble de ces contraintes orientent la manière dont les coordinatrices prodiguent le soin aux participantes. Les coordinatrices mobilisent les éléments à leur portée (entrepreneuses) avec des actions visibles (formations, évènements, etc.). Elles créent ainsi un arsenal de « technologies du soi » (Berglund et al., 2018), destiné à renforcer des compétences, la confiance en soi, l'assertivité des participantes, afin de les rapprocher de la figure de l'entrepreneur.euse à succès. Ce « paradigme de la métamorphose » (Berglund et al., 2018) est également plébiscité par les participantes, qui adhèrent à cet idéal. Néanmoins, cela ne semble pas pour autant faciliter le lancement des projets des participantes, et créerait même un sentiment d'illégitimité, de n'être « jamais assez ». Malgré la multiplication des formations et des soutiens, plusieurs femmes peinent à avancer sur leur projet. Elles n'identifient cependant pas d'obstacles matériels : elles pensent qu'*elles* sont leur propre obstacle pour avancer. Elles éprouvent un sentiment d'imposteur. L'intention de *care* des

coordinatrices du structures aurait donc échoué à se transformer en pratique efficiente du *care*, génératrice de bien-être. Cependant, de nombreuses participantes ont relevé la force des groupes en non-mixité qu'elles intègrent. Bien que ces groupes en non-mixité ne semblent pas nécessairement tenir la promesse affichée par les structures de création d'opportunités, ils semblent réaliser le travail de *care* initialement identifié par les coordinatrices. Aussi, c'est plus grâce à la force du groupe que grâce au contenu des programmes que le travail de *care*, de réparation, est accompli. Les femmes qui participent à ces programmes trouvent, non pas nécessairement ce qu'elles étaient venues chercher, mais ce qu'il -selon elles- leur fallait. Les femmes interrogées se réapproprient leur trajectoire en dehors des sentiers balisés par les structures. Elles composent avec l'ensemble de ce qui leur est présenté. Elles ne réalisent pas nécessairement ce qui est attendu d'elles – lancer un projet entrepreneurial – mais profitent pourtant du bien-être et de l'assurance que ces structures peuvent leur apporter.

Ainsi, les structures d'accompagnement ouvrent des espaces et des temps physiques au sein desquels des relations de *care* sont possibles. Cependant, pour *pratiquer* le *care*, il semble nécessaire de remettre en question le discours normatif de l'entrepreneuriat féminin. Pour soutenir *les femmes dans leur parcours (entrepreneurial)* plutôt que soutenir *l'entrepreneuriat féminin*, une voie souhaitable serait l'ouverture de brèches narratives. Laisser la place et encourager des voix alternatives pour que ces groupes de femmes puissent se construire comme des systèmes de soutien de ses membres.

Limites et perspectives

Nous avons travaillé dans le cadre du *care* et le contexte de femmes qui ont été ou sont en prise avec la maladie. Ces femmes utilisent les dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat pour guérir, atteindre plus de bien-être. À la lumière de ces profils, je suis tentée de faire le pas de la notion de bénéficiaire de *care* vers le domaine du **handicap**. Dans une vision libérale (validiste), les personnes recevant le *care* sont désignées comme celles qui sont vulnérables, dépendantes. Ces adjectifs sont volontiers utilisés pour décrire les femmes (Bruni et al., 2004), mais aussi les personnes handicapées (Garland-Thomson, 2002). La construction de ce statut permet au reste du groupe de se considérer comme autonome et fort (Tronto, 2009). De la même manière, plusieurs théoricien.ne.s féministes appartenant aux *disability studies* se sont attaché.e.s à comprendre les mécanismes qui se jouent dans la formation de la catégorie « handicapé ». Pour la théorie féministe du handicap (*feminist disability theory*), le handicap, tout comme le genre féminin ou la position de bénéficiaire de *care*, n'est pas un état (d'infériorité) ou une fragilité.

C'est une construction sociale, une « narration corporelle » dépendante de son contexte culturel (Garland-Thomson, 2002). Aussi, la « fiction » du *handicap* (Garland-Thomson, 2002) pourrait nous informer sur celle du *genre féminin* dans le contexte de l'entrepreneuriat, ces deux constructions sociales étant considérées comme des *états de faiblesse* aux antipodes de la figure de l'entrepreneur. Des interviews qualitatives de personnes se considérant comme handicapé.e.s et entrepreneur.euse.s permettraient de mieux comprendre comment iels négocient le paradoxe discursif entre leur identité d'entrepreneur.euse (supposé.e fort.e et autonome) et de personne handicapée (supposée faible et dépendante).

Bibliographie

Ahl, H. (2006), *Why research on women entrepreneurs needs new directions*, Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 30 No. 5, pp. 595-622. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>

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* (New York), 74(1), 41-68. <https://doi.org/10.1177/0018726719848480>

Bates, T., Jackson W.E. III, Johnson J.H. Jr (2007), *Introduction to the special issue on advancing research on minority entrepreneurship*, Annals of the American Academy of Political Science and Social Science, Vol. 613, pp. 10-17.

Berglund, K., Ahl, H., Pettersson, K., & Tillmar, M. (2018). Women's entrepreneurship, neoliberalism, and economic justice in the postfeminist era: A discourse analysis of policy change in Sweden. *Gender, work, and organization*, 25(5), 531-556. <https://doi.org/10.1111/gwao.12269>

Bruni A., Gherardi S., and Poggio B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work and Organization* 11/4:406–429.

Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). *A gender-aware framework for women's entrepreneurship*. International journal of gender and entrepreneurship, 1(1), 8-24. doi.org/10.1108/17566260910942318

Burkitt, I. (2016). Relational agency: Relational sociology, agency, and interaction. *European journal of social theory*, 19(3), 322-339. <https://doi.org/10.1177/1368431015591426>

Callon, M., (1999), *Ni intellectuel engagé, ni intellectuel dégagé : la double stratégie de l'attachement et du détachement*, Sociologie du travail, 41, p. 65-78. [https://doi.org/10.1016/S0038-0296\(99\)80005-3](https://doi.org/10.1016/S0038-0296(99)80005-3)

Connell, R.W. (1995) *Masculinities*. London: University of California Press.

Crenshaw, K. (1991). *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color*. Stanford Law Review 43 (6): 1241–1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>.

- Cromie, S. (1987) *Similarities and differences between women and men who choose business proprietorship*, *International Small Business Journal*, 5(3): 23-34.
- Essers, C. (2009) *New Directions in Postheroic Entrepreneurship: Narratives of Gender and Ethnicity*, Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Foucault, M. (1972). *The Discourse on Language (L'ordre du Discours)*. *The Archaeology of Knowledge & the Discourse on Language*. New York City: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir : Naissance de la prison*. Paris: Gallimard.
- Fraser, N. (1995). *From redistribution to recognition? Dilemmas of justice in a post-socialist age*. *New Left Review*, 212, 68–93.
- Garland-Thomson, R. (2002). Integrating Disability, Transforming Feminist Theory. *Feminist formations*, 14(3), 1-32.
- Garrau, M. (2014). *Care et attention*, Paris, Les Presses universitaires de France, p. 8.
- Gerritson, J. C. M., Beyer, C., and El-Namaki, M. S. S. (1987), *Female Entrepreneurship Revisited: The Trait Approach Disputed*, *RVB Research Papers* 111, No. 1, (March), pp. 20-4.
- Gibson-Graham, J. K. 2008. *Diverse economies: performative practices for `other worlds*. *Progress in human geography*, 32(5), 613-632. <https://doi.org/10.1177/0309132508090821>
- Gilligan, C. (2023). *In a human voice*. Medford: Polity Press.
- Guillaumin, C. (1972). *L'Idéologie raciste*. La Haye, Mouton, 13. Ibid., p. 119
- Harrison, R. T., Leitch, C. M., McAdam, M. (2020). *Woman's entrepreneurship as a gendered niche: The implications for regional development policy*. *Journal of economic geography*, 20(4), 1041-1067. <https://doi.org/10.1093/JEG/LBZ035>
- Held, V. (2006). *The ethics of care: personal, political, and global*. Oxford; Oxford University Press.
- Hornaday, J. and Aboud, J. (1971). *Characteristics of Successful Entrepreneurs*, *Personnel Psychology* 21, (Summer), pp. 141-53.

- Hurley, A. E. (1999). *Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship*. *Women in management review* (Bradford, West Yorkshire, England: 1992), 14(2), 54-. <https://doi.org/10.1108/09649429910261396>
- Kirzner, I. (1985). *Discovery and the Capitalist Process*. University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (1992) *Entrepreneurship, A Contemporary Approach*. New York: The Dryden Press.
- Laugier, S. (2011). Le care comme critique et comme féminisme. *Travail, genre et sociétés*, n° 26(2), 183-188. <https://doi.org/10.3917/tgs.026.0183>
- Lorde, A. (1979). “The Master’s Tools Will Never Dismantle the Master’s House”. *Commentaire au panel “The Personal is political”, Second Sex Conference, 29 Octobre 1979*.
- Mattis, M. C. (2004). *Women Entrepreneurs: Out from under the Glass Ceiling*. *Women in management review* (Bradford, West Yorkshire, England: 1992) 19, no. 3 pp 154-163. <https://doi.org/10.1108/09649420410529861>
- McClelland, D. C. (1968). *The Achieving Society*. *Journal of extension*, 6(3), 191-.
- Mogul J. L., Ritchie A. J., Whitlock K. (2011). *Queer (In)Justice: The Criminalization of LGBT People in the United States*. Beacon Press. 216 pp.
- Molinier P. (2020). *Travail du care*, Paris, La Dispute.
- Noddings N. (2012) The caring relation in teaching, *Oxford Review of Education*, 38:6, 771-781, DOI: 10.1080/03054985.2012.745047
- Rich, A. C. (2003). “Compulsory Heterosexuality and Lesbian Existence” (1980). *Journal of Women’s History*. 1980: 15: 3. 11-48. <https://doi.org/10.1353/jowh.2003.0079>
- Rugina, S., Ahl, H. (2023). *How research positions Central and Eastern European women entrepreneurs: A 30-year discourse analysis*, *Entrepreneurship & Regional Development*, 35:3-4, 241-263, <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2170472>
- Sandoval, C. (1991). U.S. Third World Feminism: The Theory and Method of Oppositional Consciousness in the Postmodern World. *GENDERS* (10^e édition) 1-24.

Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Širec, K., Močnik, D. (2012). *Gender Specifics in Entrepreneurs' Personal Characteristics*. *Journal of East European Management Studies* 17 (1): 11–39. <https://doi.org/10.5771/0949-6181-2012-1-11>

Spivak, G. C. (1985). The Rani of Sirmur: An Essay in Reading the Archives. *History and theory :Studies in the philosophy of history*, 24(3), 247-272. <https://doi.org/10.2307/2505169>

Stevenson, L. (1990). *Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs*. *Journal of business ethics* 9, no. 4/5 (1990): 439–446. <https://doi.org/10.1007/BF00380343>

Tronto, J. C. (2009). *Un monde vulnérable : pour une politique du care*. Paris : Découverte.

Tronto, J. C. (2008). *Du care*. *La Revue du MAUSS*. 2008/2. N°32.243-265. <https://doi.org/10.3917/rdm.032.0243>