

FEMMES ENTREPRENEURES : MOTIVATIONS ET MOBILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Sophie Boutillier

A.A.E.L.S.H.U.P | *Humanisme et Entreprise*

**2008/5 - n° 290
pages 21 à 38**

ISSN 0018-7372

Article disponible en ligne à l'adresse:

<http://www.cairn.info/revue-humanisme-et-entreprise-2008-5-page-21.htm>

Pour citer cet article :

Boutillier Sophie , « Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux » ,
Humanisme et Entreprise, 2008/5 n° 290, p. 21-38.

Distribution électronique Cairn.info pour A.A.E.L.S.H.U.P.

© A.A.E.L.S.H.U.P. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux

par

Sophie BOUTILLIER

Maître de Conférences
habilité à diriger des recherches en économie
Laboratoire de Recherche
sur l'Industrie et l'Innovation
(LaB. Rii / ULCO, EA 3604)
Université du Littoral Côte d'Opale

Résumé

Environ 30% des entreprises sont créées par des femmes en France à l'heure actuelle. Cet article présente les principales conclusions d'une enquête sur le terrain menée à Dunkerque dans le Nord de la France en 2006. 68 entrepreneures ont été interrogées afin de connaître leurs motivations : est-ce l'aboutissement d'un long projet ou bien une solution d'urgence ou créer son emploi ? Depuis les années 1950, l'emploi dunkerquois était pour une large part : ouvrier, salarié et masculin. Depuis les années 1980 et la crise de la sidérurgie et des chantiers navals, la création d'entreprises est devenue une alternative face au chômage. Le parcours de ces entrepreneures est par conséquent tout à fait original car la majorité d'entre elles a créé sans soutien familial, mais en privilégiant le soutien institutionnel, en premier lieu les associations d'aide à la création d'entreprise.

Mots clés

Entrepreneurs, femmes, réseaux sociaux.

Abstract

About 30 percent of new enterprises founded in France today are founded by women. This article presents the main conclusions of a case study that occurred in Dunkirk (in the North of France) in 2006. Sixty-eight women entrepreneurs were interviewed to learn their motivations: Were their enterprises started primarily to create businesses, or were they started, instead, primarily as short-term solutions to unemployment?

HUMANISME & ENTREPRISE - Tél. 01 46 24 45 21 - humanisme-et-entreprise@orange.fr

N° 290 - Décembre 2008 - Auteur : Sophie BOUTILLIER

Toute reproduction et diffusion des articles et conférences publiés dans "Humanisme et Entreprise" -quels qu'en soient les supports- sont interdites sans la double autorisation des auteurs et éditeur.

Since the 1950's and for the most part, salaried positions in Dunkerque have gone mainly to men. Particularly since the 1980's that brought economic crisis particularly to the ship yards and the steel industry, founding an enterprise has become a frequent way to create one's own job. Indeed, the history of these women-created businesses is quite unique because typically they have been started in the absence of family support. Many, however, have received support from nonprofit organizations.

Key words Entrepreneurs, women, social networks.

Introduction Entre avril et juin 2006⁽¹⁾, 68 entrepreneures de l'agglomération dunkerquoise dans la région du Nord / Pas de Calais ont été interviewées. Elles ont été sélectionnées de deux façons différentes, d'une part 15 sont issues des fichiers de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Dunkerque, d'autre part les autres ont été sélectionnées de manière aléatoire par sondage direct (en se rendant dans les entreprises) car il n'existe aucun fichier recensant les entrepreneures dunkerquoise⁽²⁾.

Les entrepreneures interviewées ont été sélectionnées se les critères suivants : (1) ce sont des entrepreneures qui ont créé leur entreprise et la dirigent ; (2) l'entreprise a été créée sur une période de temps très large, depuis les années 1950 à 2004, mettant en évidence la période des « trente glorieuses », puis celle de la crise et enfin à partir des années 1980 les politiques de promotion à la création d'entreprise qui se sont intensifiées à partir du début des années 2000, et notamment en 2003. Cette date est particulièrement importante car 2003 est l'année de la promulgation de la loi d'initiative économique qui vise à faciliter la création d'entreprise d'une part en allégeant la procédure

(1) Cette enquête a été menée dans le cadre du programme de recherche sur l'entrepreneuriat du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation / Université du Littoral Côte d'Opale (Lab. Rii / ULCO, EA 3604).

(2) Le fichier de la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque ne nous a pas apporté les informations nécessaires pour établir un échantillon représentatif des entrepreneures dunkerquoises, (1) d'une part parce que il recense toutes entreprises, qu'elles aient été créées par un homme ou par une femme. Il faut dans la plupart des cas prendre contact avec l'entreprise pour s'assurer qu'elle a bien été créée par une femme. Ce qui nous a conduit à éliminer nombre d'entreprises ayant appris au cours d'un rapide entretien que l'entreprise était au nom de « madame » pour des raisons juridiques, mais qu'elle avait été créée (et dirigée) par son époux. (2) d'autre part, nous avons pu constater que le fichier de la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque n'était pas à jour et que nombre d'entreprises avaient fermé depuis leur création.

administrative d'enregistrement des entreprises nouvelles, d'autre part en facilitant le passage de la situation de salarié à celle d'entrepreneur et inversement, enfin en facilitant les transmissions d'entreprise. (3) Ces entreprises sont toutes situées dans l'agglomération dunkerquoise qui se caractérise par de graves problèmes économiques liés à la crise de la sidérurgie et de la construction navale qui remonte aux années 1970. A l'heure actuelle, l'agglomération dunkerquoise⁽³⁾ se caractérise par un taux de chômage supérieur à la moyenne nationale (environ 11%). Le principal employeur à l'heure actuelle n'est plus l'industrie sidérurgique (qui a été dans le passé une entreprise publique), mais le secteur public (administration territoriale, éducation, santé notamment). Pour pallier le déficit d'emplois engendré par la crise économique, les autorités locales ont depuis ces trente dernières années œuvré dans deux directions : d'une part, améliorer l'attractivité de l'agglomération (développement de l'infrastructure portuaire, avantages fiscaux, développement de mesures d'écologie industrielle, etc.) pour accueillir de nouvelles entreprises (il s'agit pour une large part d'entreprises classées SEVESO⁽⁴⁾ en d'autres termes d'industries dangereuses (industries chimiques et pétrochimiques notamment) pour les salariés qui y travaillent et les populations alentours, d'autre part, de favoriser la création d'entreprises. La Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque a développé un programme d'aide à la création d'entreprise (séminaires de formation, aide pour le montage du dossier, notamment). Il existe également un grand nombre d'associations d'aide à la création d'entreprise et / ou de boutiques de gestion qui œuvrent dans ce sens qui accueillent un public souvent en grande difficulté d'insertion (chômeurs de longue durée, faible niveau d'étude, etc.) (Boutillier, 2003 ; Boutillier, Uzunidis, 1997dir, 2004).

A l'heure actuelle en France, 30% des entreprises créées le sont par des femmes (Duchéneaut, Orhan, 2000 ; Fouquet, 2005). Dans l'agglomération dunkerquoise, il est assez difficile d'évaluer la proportion d'entrepreneures en raison de l'absence de statistiques spécifiques comme nous l'avons évoqué plus haut. Nous devons sur ce point procéder par tâtonnements (enquêtes sur le terrain, interviews au hasard des rencontres, y compris par l'intermédiaire des associations d'aide à la création d'entreprise, etc.). Nous n'avons pas pu constituer un échantillon représentatif d'entrepreneures de l'agglomération dunkerquoise, il s'agit d'une photographie réalisée à un moment donné de l'histoire économique difficile de cette agglomération.

(3) Il s'agit des communes suivantes : Bourbourg, Coudekerque-Branche, Dunkerque, Hondshoote, Malo les bains, Leffrinckoucke, Saint Pol sur Mer. Excepté Malo les bains, station balnéaire de l'agglomération dunkerquoise, les autres communes se caractérisent par une forte proportion de population ouvrière c'est-à-dire par un taux de chômage élevé, des revenus faibles, une population jeune, une forte proportion de Français d'origine étrangère ou encore d'immigrés.

(4) L'agglomération dunkerquoise est à l'heure actuelle la plus forte concentration européenne d'entreprises classées SEVESO.

L'activité féminine n'est pas un phénomène nouveau à Dunkerque. L'industrie de la sidérurgie a fourni, pendant les trente glorieuses, nombre d'emplois d'ouvriers et d'employés, tant pour les hommes que pour les femmes. Avant la seconde guerre mondiale, les femmes étaient également très actives (par exemple dans le cadre de la pêche et de la vente du poisson ou encore dans les multiples manufactures de cordage qui existaient alors ou dans les brasseries également très nombreuses). Ce qui est nouveau en revanche, c'est la création d'entreprises, tant pour les hommes que pour les femmes. Largement imprégnée par une culture ouvrière (salarisée), créer son entreprise, c'est « passer de l'autre côté », du côté des patrons (Schwartz, 1990 ; Verret, 1979) ! Les comportements sociaux sont emprunts d'une certaine inertie et changent lentement sous la pression des contraintes économiques (chômage notamment).

L'enquête a été réalisée à partir d'un questionnaire construit à partir du concept du potentiel de ressources de l'entrepreneur, lequel se décompose en trois parties : capital connaissances, capital financier et capital social⁽⁵⁾ (Boutillier, 2005a, 2005b ; Boutillier, Laperche, Uzunidis, 2004, 2008 ; Boutillier, Uzunidis, 1995, 1999, 2005, 2006 ; Shane, 2003). Le potentiel de ressources appartient en propre à l'entrepreneur. Le capital connaissance est constitué par les connaissances acquises à la fois dans le cadre de la scolarisation de l'individu, mais elles sont pour partie le produit de son expérience professionnelle. Elles peuvent être ou non validées par un diplôme. Le capital financier est l'ensemble de ressources financières dont dispose l'entrepreneur (épargne propre, crédit, subventions, aides à la création d'entreprise, aide financière informelle des propres). Le capital social est composé par l'ensemble des relations sociales propres à chaque individu. Nous distinguons deux types de relations sociales : informelles et institutionnelles ou formelles. Les premières sont constituées par les relations entretenues avec la famille, les amis, les voisins, etc. Les secondes se développent dans le cadre d'institutions qui peuvent être des banques, des associations, des écoles... Relations informelles et formelles ne constituent pas deux mondes clos, indépendants. Des relations amicales sont susceptibles d'aider une entrepreneure pour obtenir certaines informations qui lui seront utiles pour monter son dossier de financement. En fait, ce qui fait la force d'un réseau de relations sociales, c'est précisément cette capacité à aller de l'informel au formel et inversement (Bourdieu 1980 ; Burt, 1995 ; Coleman, 1990 ; Granovetter, 2000 ; Pulman, 1995).

Les entretiens se sont déroulés pour une part dans l'entreprise, et pour une autre part par téléphone. La durée moyenne a été de 30 minutes. Avant

(5) Le lecteur pourra se reporter aux « Cahiers du lab. Rii » publiés sur le site du Lab. Rii, afin de prendre connaissance des différents travaux de recherche menés sur ce sujet par les chercheurs du lab. Rii. Précisons que les enquêtes précédentes ont porté sur des populations mixtes (hommes et femme) où les femmes constituaient une proportion variable de la population interrogée (au maximum 30%). <http://rii.univ-littoral.fr>

d'entamer l'entretien, nous nous sommes assurés que nous interrogeons bien l'entrepreneure-créatrice-propriétaire-gestionnaire.

Dans les enquêtes précédentes que nous avons menées (hommes et femmes confondus), nous avons pu constater que la motivation principale de la création d'entreprise était l'emploi (créer son emploi afin d'avoir un moyen d'existence), et moins des considérations d'ordre professionnel comme l'accomplissement professionnel et / ou la volonté d'exploiter une innovation que la majorité des entrepreneurs interrogés avaient rassemblé les capitaux nécessaires au démarrage de leur entreprise grâce à leur épargne propre, mais aussi en mobilisant des réseaux de relations sociales informels (famille, amis, proches, etc.), plutôt que les réseaux institutionnels d'aide à la création d'entreprise (associations, Chambre de commerce et d'industrie, etc.). Quels sont les réseaux sociaux que les femmes mobilisent de manière privilégiée pour créer leur entreprise ? Ont-elles tendance à privilégier les réseaux informels (famille, amis, etc.) ou bien les réseaux institutionnels (banques, associations, etc.) ? Cette enquête tend à montrer que les femmes sont plus enclines à s'adresser aux réseaux institutionnels que les hommes. Ce qui ne semble pas être le cas général comme le montrent A. Cornet et Ch. Constantinidis (Cornet, Constantinidis, 2004), pour qui les femmes feraient peu appel au financement institutionnel et ne se tournent vers le crédit bancaire qu'en cas de nécessité, et empruntent plus volontiers aux membres de leur famille.

Les mêmes caractéristiques sont-elles propres à la situation des entrepreneures ? D'une manière générale, les enquêtes sur les entrepreneures tendent à montrer des différences entre les motivations des hommes et des femmes. Celles-ci mettraient davantage l'accent sur la qualité de vie, des relations interpersonnelles avec leurs salariés et leurs clients et leur développement personnel (Hisrich, Brush, 1984 ; Brush, 1992 ; Duchéneaut, Orhan, 2000 ; Cadieux, Lorrain, Hugron, 2002 ; Mione, Saint Cyr, 2002). Outre les questions relatives aux études, à l'expérience professionnelle et à l'origine sociale des personnes interrogées, nous avons inséré dans le questionnaire un ensemble de questions relatives à la situation matrimoniale, au nombre d'enfants et aux modalités de garde de ces derniers. Ces points étaient à nos yeux très importants pour saisir la spécificité de l'état d'entrepreneure puisque (en dépit d'une nouvelle répartition des tâches entre les hommes et les femmes) les activités relatives à la garde des enfants restent plus largement à la charge des femmes (Cornet, Constantinidis, 2004, Fouquet 2005).

Nous présenterons dans un premier temps, les résultats de l'enquête ci-dessus présentée en trois parties : (1) présentation de l'entrepreneure (âge, niveau d'étude, expérience professionnelle, situation matrimoniale, nombre d'enfants, etc.), (2) présentation de l'entreprise et de ses modalités de création (origine du capital, réseaux institutionnels et informels mobilisés pour regrou-

per le capital nécessaire à la création de l'entreprise, etc.) ; (3) analyse par l'entrepreneure de la situation de l'entreprise et ses perspectives d'avenir.

1. L'ENTREPRENEURE, ENTRE FAMILLE ET ENTREPRISE

1.1. *Relativement peu diplômées*

Peu d'entrepreneures avant l'âge de 30 ans : seulement 4 entrepreneures sur 68 étaient âgées de moins de 30 ans au moment de la création de leur entreprise. Cette caractéristique, que nous avons également constatée au cours d'enquêtes réalisées sur des populations masculines, réside moins dans l'allongement de la durée des études que dans l'expérience professionnelle : 36 entrepreneures sur les 68 n'ont pas le BAC, 11 l'ont et seulement 21 ont un diplôme supérieur au Bac. Les entrepreneures, qui ont un diplôme supérieur au BAC, ont un diplôme de niveau BAC + 2 (généralement un Brevet de technicien supérieur). Le domaine dans lequel elles ont étudié correspond dans la majorité des cas au secteur d'activité de leur entreprise (coiffure, soins esthétiques, couture notamment). Pour les autres, leur formation demeure très générale : comptabilité, gestion, commerce, langues (essentiellement l'anglais), droit, etc.). Ces dernières ont fait leurs études dans l'agglomération dunkerquoise (32 sur 68). En dehors de l'agglomération dunkerquoise, les autres ont fait leurs études dans la région du Nord / Pas de Calais, en particulier à Lille, les autres ont fait leurs études dans la région dont elles sont originaires. Quatre entrepreneures seulement ont déclaré avoir fait leurs études à l'Université du Littoral Côte d'Opale, mais la création de celle-ci remonte seulement au début des années 1990, soit une très courte période au regard de l'âge de certaines entrepreneures. Soulignons enfin que ce sont les plus jeunes qui sont les plus diplômées, les plus âgées font plus largement partie de la catégorie « sans diplôme ». Mais, cette caractéristique n'est pas propre aux seules entrepreneures, elle est contestable chez les salariées également. Ce phénomène est donc bien caractéristique de l'évolution de ces trente dernières années : élévation générale du niveau des études et plus particulièrement chez les femmes, comme l'a montré le sociologue Ch. Baudelot (Baudelot, 1992) dans son étude très connue : « Allez les filles ! ». On notera également (et c'est essentiellement le cas parmi les plus jeunes) que nombre d'entrepreneures ont suivi un stage pour les préparer à la création d'entreprise en raison (notamment) de l'augmentation quasi exponentielle du nombre de ces institutions depuis les années 1980. Pendant les années 1960-1970, la question de la création d'entreprise ne se posait puisque l'offre d'emplois salariés était abondante. A. Fouquet (Fouquet, 2005) montre pour sa part que les entrepreneures d'aujourd'hui sont généralement de plus en plus diplômées, mais aussi célibataires et jeunes (ce qui va généralement de pair). Mais, nous reviendrons sur

ce sujet ultérieurement lorsque nous aborderons la question du réseau social de l'entrepreneure grâce auquel cette dernière a pu mener son projet à son terme.

1.2. *Vie professionnelle / Vie familiale : une liaison parfois difficile*

65 entrepreneures sur les 68 ont été salariées avant de créer leur entreprise, en généralement dans le secteur d'activité dans lequel elles ont créé leur entreprise. Cette caractéristique est systématique pour les entrepreneures qui ont créé un salon de coiffure (on mesure ici l'importance de l'apprentissage dans les métiers de l'artisanat). On notera cependant le nombre relativement important de femmes qui ont créé leur entreprise après l'âge de 50 ans. Nous avons certes souligné en introduction que nous n'avons pas pu constituer un échantillon représentatif, mais nous observons au niveau national que le taux de femmes demandeurs d'emploi augmente de manière considérable avec l'âge de celles-ci, d'autre part (cette observation est liée à la précédente) qu'une proportion importante de femmes créent une entreprise pour la première fois après l'âge de 50 ans, après avoir élevé leurs enfants. Ce lien entre la vie professionnelle et la vie familiale est aussi très fort (nous pourrions le constater plus tard) au regard du secteur d'activité dans lequel l'entreprise est créée. Ce sont généralement le prolongement d'activités domestiques et / ou de services à la personne. Dans un même registre, les analyses sur l'emploi (salarié) des femmes tendent à montrer que les emplois de ces dernières se situent également dans le prolongement de leurs activités domestiques : éducation, santé, services à la personne notamment.

La majorité des entrepreneures interrogées sont mariées ou vivent maritalement (50 sur 68), très peu sont divorcées ou veuves (6 sur 68) ou encore célibataires (10 sur 68). Compte tenu des tranches d'âge auxquels nous avons affaire, ces résultats sont conformes à la moyenne nationale (la majorité des femmes interrogées ont créé leur entreprise entre 31 et 40 ans). Ce qui signifie en début de carrière professionnelle, alors que la majorité d'entre elles ont soit un ou deux enfants. La question des enfants ne semble pas un problème puisque 57 sur 68 déclarent ne pas avoir de problèmes pour concilier leur vie professionnelle et leur vie familiale. Au contraire, étant propriétaires, certaines d'entre elles ont amené leur(s) enfant(s) sur leur lieu de travail. Mais, cela ne représente pas une majorité de cas. Ceux qui sont scolarisés vont à l'école et les plus âgés se prennent en charge. Mais, cette affirmation doit être nuancée au regard des questions ultérieures qui seront posées aux entrepreneures. Nous leur avons demandé d'analyser la situation de leur entreprise et si elles avaient des difficultés particulières. Nombre d'entre elles ont regretté l'absence de structures d'accueil adaptées pour les jeunes enfants (modulables en fonction de leur activité entrepreneuriale). Ce sont en défini-

tive les plus âgées qui libérées des contraintes de garde d'enfants se montrent les plus dynamiques. Comme si elles avaient du temps à rattraper...

1.3. *Un ancrage territorial très fort*

La majeure partie des entrepreneures interrogées sont originaires de la région du Nord / Pas de Calais (44 sur 68) dont plus spécifiquement 34 de l'agglomération dunkerquoise. La création d'entreprise, pour les femmes comme pour les hommes, semble être puissamment influencée par un facteur territorial. Nous avons pu constater lors d'enquêtes précédentes évoquées plus haut que nombre d'individus avaient opté pour la création d'entreprise afin de rester dans leur région d'origine, c'est-à-dire aussi à proximité de leur famille. Changer de ville, déménager, c'est aussi coûteux. Mais, on crée son entreprise dans une région que l'on connaît c'est aussi l'assurance d'une clientèle de départ parce que l'on est connu et reconnu – importance du réseau de relations sociales informelles notamment), d'un autre côté si le conjoint a un emploi dans la région, on ne prend pas le risque de déménager en allant rechercher un emploi (salariné) dans une autre région, car ce serait prendre le risque de perdre une source de revenu stable. Il est à noter que nous n'avons pas parmi les entrepreneures interrogées (outre les célibataires, les veuves et les divorcées) de femmes dont l'activité entrepreneuriale constitue l'unique source de revenu du foyer.

1.4. *Créer son entreprise, créer son emploi ? pour être indépendante ?*

Contrairement à une idée souvent répandue, ce ne sont pas les facteurs familiaux qui ont conduit la majorité de ces femmes à devenir entrepreneures : 3 sur 68 déclarent avoir créé leur entreprise pour raisons familiales. En revanche, les facteurs « emploi » et « raisons économiques » semblent primordiaux. Mais, d'un autre côté, aucune des entrepreneures interrogées n'était demandeur d'emploi avant la création de leur entreprise. Ce n'est donc pas le chômage qui les a conduit à créer une entreprise. C'est également ce qui ressort de l'enquête de A. Fouquet (Fouquet, 2005) que nous avons citée précédemment. Certes la « volonté d'indépendance » et « l'accomplissement personnel » sont largement cités, mais ces raisons sont largement liées à des facteurs économiques car comment être indépendante en l'absence de revenu ? En définitive ce désir d'indépendance n'est pas propre aux entrepreneures. Nous pouvons le constater parmi les salariées puisque l'indépendance est d'abord une indépendance financière quelle qu'en soit l'origine : activité entrepreneuriale ou salariée.

2. L'ENTREPRISE, LE PROLONGEMENT DE LA CELLULE FAMILIALE ?

2.1. *Secteur de création : les services aux particuliers*

L'immense majorité des entreprises créées le sont dans les services (commerces de détail, coiffure, soins esthétiques, immobilier, toilettage des animaux domestiques, etc.). Cette caractéristique sectorielle n'est pas propre à notre enquête, nous la constatons au niveau national (Fouquet, 39). On ne compte qu'une entreprise en dehors des services : elle a été créée dans le bâtiment. Il s'agit d'une entreprise implantée à Coudekerque-Branche (banlieue ouvrière de Dunkerque), spécialisée dans les travaux de peinture et de revêtement de sol. Il s'agit essentiellement de la décoration intérieure des habitations. Les secteurs d'activité dans lesquels les entreprises ont été créées sont largement tournés vers la femme, l'enfant et la famille : coiffure, soins esthétiques, habillement et accessoires de mode, vente de livres pour enfants, toilettage des animaux domestiques, et alimentation. La création de l'entreprise apparaît manifestement comme le prolongement direct de la cellule familiale par la gamme d'activités qu'elle offre. Nous constatons de plus que ces entreprises se concentrent principalement sur un marché de particuliers. Une seule entreprise sur les 68 a une clientèle exclusivement composée d'entreprises.

2.2. *De l'idée à sa réalisation, un projet mûrement réfléchi ? Une opportunité inattendue ?*

Pour une petite majorité d'entrepreneures, le temps de passage entre l'idée de la création et sa réalisation effective varie entre six mois et un an (27 entrepreneures sur 68). Pour les autres, la réponse est beaucoup plus imprécise (deux ans, huit mois, trois semaines), enfin nous distinguons un petit groupe d'entrepreneures qui déclarent « je ne sais », « longtemps » ou encore « peu de temps », etc. La réponse est d'ordre qualitatif, l'entrepreneure est dans l'incapacité d'évaluer la durée de cette période. Et que dire de cette entrepreneure qui déclare : « des années, un rêve ». Cette formule est riche de signification car elle montre dans ce cas précis que créer une entreprise était l'aboutissement d'un projet de longue haleine, non le résultat d'une opportunité inattendue, du hasard. Ce type de réponse est très marginal, mais donne une idée de l'état d'esprit dans lequel se trouvait l'entrepreneure au moment de la création. Le manque de précision dans l'évaluation.

2.3. *De très petites entreprises*

28 entreprises ne comptent aucun salarié. 28 en comptent un. Nous sommes bien comme nous l'avions énoncé plus haut dans une logique d'auto-création d'emploi : créer son entreprise pour créer son emploi et... être indé-

pendante ! C'est aussi une caractéristique fréquente au niveau national (Fouquet, 2005). Mais, d'un autre côté, rappelons que nombre de ces entreprises ont été créées en 2003, et que l'enquête s'est déroulée en 2006, soit des entreprises avec une courte histoire derrière elles, et par conséquent très fragiles. Mais, les entreprises les plus anciennes comptent aussi peu de salariés. Nous retrouvons par conséquent une spécificité qui n'est pas propre aux petites entreprises fondées par des femmes, mais aux petites entreprises d'une manière générale, aux très petites entreprises pour lesquelles les dirigeants privilégient une reproduction à l'identique en mettant davantage l'accent sur la formation du patrimoine familial dont l'entreprise est partie intégrante (Ferrier, 2002 ; Marchesnay, 2000).

2.4. *Moyens de financement : épargne propre et crédit bancaire*

Le crédit bancaire et l'épargne personnelle de l'entrepreneure constituent la première source de financement de l'entreprise. On peut être étonnée dans cette enquête de l'importance relativement plus forte du crédit bancaire par rapport à l'épargne propre de l'entrepreneure, mais aussi par la faible participation des proches en termes absolus, mais aussi relatifs en comparaison avec le poids très fort des aides à la création d'entreprise dont ont bénéficié ces entrepreneures. Cette caractéristique doit être soulignée car dans le cadre des enquêtes réalisées auprès d'une population mixte (largement dominée par des entrepreneurs) nous avons pu constater d'une part, la faiblesse du crédit bancaire et surtout des aides à la création d'entreprise, et de l'autre côté, au contraire, l'importance des réseaux de relations sociales informels. Nous ne sommes pas en mesure d'apporter une réponse pertinente à ces observations. Plusieurs questions se posent : (1) le caractère non représentatif de la population étudiée. Les entrepreneures interrogées ont été choisies au hasard ; (2) s'agit-il d'un trait de caractère spécifiquement féminin ? Les femmes sont-elles au sein de la cellule familiale les interlocutrices privilégiées des organismes sociaux (Caisse d'allocations familiales, de sécurité sociale, etc.) ? Ce rôle acquis au sein de la cellule familiale serait ensuite cultivé dans un cadre plus macro-social ? La question mérite d'être posée, mais nous en sommes réduits à des hypothèses en raison des informations dont nous disposons. Ce sujet doit faire l'objet d'un approfondissement ultérieur.

2.5. *Absence de culture entrepreneuriale familiale*

La majorité des entrepreneures interrogées ne sont pas issues d'une famille d'entrepreneurs. Seulement 15 sur 68 le sont. On peut par conséquent, compte tenu des considérations précédentes sur l'autocréation d'emploi, mettre l'accent sur un contexte économique, social et politique particulier qui

a conduit ces femmes à devenir entrepreneures, non par tradition familiale. Les difficultés à s'insérer sur le marché du travail conduisent à créer leur entreprise afin d'être indépendantes. Comme nous l'avons mentionné plus haut. D'autres enquêtes tendent à montrer au contraire que les entrepreneures ont plus que leurs homologues masculins baigné dans une culture entrepreneuriale pendant leur enfance. Ce n'est pas le cas pour notre part. Peut-on parler dans ces conditions de l'émergence d'un nouveau phénomène social à Dunkerque ? C'est un peu difficile de l'affirmer en raison de la faiblesse de la culture entrepreneuriale dunkerquoise d'une manière générale.

Les entrepreneures soulignent implicitement qu'elles n'ont pas été influencées par leurs parents pour prendre la décision de créer leur entreprise (seulement 11 sur les 68 interrogées ont déclaré avoir été influencées par leurs parents). Nous n'avons pas observé (comme cela a été le cas dans le cadre des enquêtes ci-dessus mentionnées) une espèce de substitution entre les réseaux de relations sociales informels et les réseaux de relations sociales institutionnels. Si l'entrepreneure crée son entreprise dans le prolongement de la cellule familiale (enfant, secteurs d'activité), d'un autre côté, nous constatons qu'elles semblent confrontées au sein de leur famille à une grande solitude et qu'elles créent leur entreprise grâce au soutien des institutions d'aide à la création d'entreprise, y compris les banques. A travers des discussions informelles avec les intéressées, nous avons pu constater l'importance des stages de formation à la création d'entreprise. Ce constat est très intéressant dans la mesure où il n'apparaissait pas du tout dans les enquêtes précédentes menées dans le cadre du programme de recherche sur l'entrepreneuriat par les chercheurs du Lab. Rii. Est-ce parce que les femmes sont davantage intéressées par ce type d'institutions ? Si la réponse est positive, nous devons aussi en expliquer le pourquoi ce qui présente un ensemble de difficultés évidentes : pour des raisons sociales ? Culturelles ? Liées au genre ? En formulant ces hypothèses nous ne faisons que poser des questions nouvelles qui devront être approfondies dans le cadre de recherches futures. Les institutions d'aide à la création d'entreprise les plus citées par les entrepreneures sont les suivantes : Flandre Création, Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque, Chambre de l'artisanat et des métiers mais aussi le Centre de formation continue de l'Université du Littoral Côte d'Opale. Comment les entrepreneures qui ont sollicité une association ont-elles appris l'existence de celle-ci ?

La question est importante au regard des campagnes de publicité qui sont régulièrement menées au niveau de l'agglomération dunkerquoise (notamment par la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque) pour faire connaître leurs activités. Les résultats de cette enquête tendent à mettre l'accent sur les réseaux familiaux, les amis, les collègues de travail, mais aussi la presse. Au côté de ces réseaux de communication, les entrepreneures ont mis l'accent sur l'information venant de la Chambre de commerce et

d'industrie de Dunkerque, les banques, le bouche à oreille, la Chambre des métiers et l'Agence nationale pour l'emploi. Outre le bouche à oreille qui semble bien fonctionner, les institutions relais dans la diffusion de l'information sont : la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque, l'Agence nationale pour l'emploi et les banques. L'aide apportée par l'association se concentre essentiellement sur le montage du dossier, mais bien d'autres questions sont également abordées : aide financière et morale notamment.

2.6. *Les réseaux sociaux de la création : le poids des institutions*

29 femmes sur 68 ont fait appel à une association d'aide à la création d'entreprise pour mener à bien leur projet. Ce qui est peu a priori (mais comparé aux enquêtes précédentes que nous avons menées, ce niveau de réponse est nettement plus élevé) mais le nombre de réponses pour les administrations publiques est exactement le même, tandis 9 entrepreneures sur 68 déclarent avoir été aidées financièrement pas ses parents. Mais, cela ne signifie pas que les entrepreneures interrogées soient étroitement intégrées dans des réseaux d'affaires. Nous n'avons pas abordé cette question lors de nos entretiens, et elle n'a pas été évoquée par nos interlocutrices. Il s'agit a priori d'une constante comme le montre l'étude de A. Cornet et C. Constantinidis (Cornet, Constantinidis, 2004). Les raisons invoquées par ces chercheuses pour expliquer cette situation sont les suivantes : responsabilités familiales, concentration des entreprises féminines dans des secteurs d'activité qui intéressent peu les réseaux d'affaires traditionnels, constitution des réseaux sur une base informelle qui favorisent indirectement les hommes.

L'aide des parents est essentiellement morale... ce qui est également le cas des amis. Les conjoints ont également leur place dans la création d'entreprise puisque 41 entrepreneures précisent que leur conjoint les a aidées. Le soutien du conjoint est essentiellement moral, comme pour les parents et les amis. Mais son aide est parfois plus concrète : caution pour l'obtention d'un prêt bancaire, installation de l'entreprise, livraison, garde des enfants, travaux dans l'entreprise, conseils pour monter le dossier de financement, gestion, comptabilité, etc.

D'une manière générale, nombre d'entrepreneures soulignent que leur conjoint a partagé leur engagement dans la création de leur entreprise, qu'ils ont organisé leur temps de travail en conséquence, etc. La formule qui revient souvent dans la bouche des entrepreneures est : « il m'a accompagnée » est révélatrice de l'attitude positive de certains époux. Mais, les époux ne travaillent pas dans l'entreprise : seulement 12 d'entre eux travaillent avec leur épouse. Le soutien du conjoint est essentiellement ponctuel et surtout il se manifeste au moment de la création : 34 entrepreneures déclarent que leur conjoint les ont aidées au moment de la création. C'est essentiellement un

soutien moral. Mais, en dépit de ces différents types de soutien, la création d'entreprise reste une aventure solitaire puisque 55 entrepreneures sur 68 ont créé leur entreprise seule, sans associé.

Mais, d'un autre côté, seulement dix entrepreneures ont mobilisé leurs relations de travail pour créer leur entreprise (en général leur ancien employeur). Leur apport a été essentiellement moral, mais aussi financier, quelques-uns ont aussi apporté des conseils au moment de la création. Seulement 11 entrepreneures sur 68 ont créé avec un(e) associé(e). Leur associé(e) (sur lequel ou laquelle nous avons peu de détails) est issu du milieu familial, non du cadre des études ou de l'exercice d'une activité professionnelle. Cette remarque nous conduit à mettre l'accent sur l'importance du réseau familial qui est aussi étroitement inséré dans un territoire géographiquement défini.

3. PROBLEMES ET SOLUTIONS

3.1. *Un problème récurrent : la gestion du temps*

Les entrepreneures interrogées ont pour la plupart confiance dans l'avenir de leur entreprise et ne sont pas confrontées à des difficultés en général, de recrutement en particulier. Les raisons permettant d'expliquer la difficulté de recruter se divisent grossièrement en deux parties, d'une part les difficultés relatives à l'attitude négative des jeunes (car c'est essentiellement d'eux dont il est question) face au travail, d'autre part les difficultés relatives au poids excessif des charges sociales. Mais, ce type de remarque n'est pas propre aux entrepreneures.

La question de la difficulté de recruter le personnel adéquat n'est pas donnée d'emblée, elle est diluée dans un ensemble de problèmes qui touchent à la fois la gestion de l'entreprise, les charges jugées excessives, et la gestion du temps. Pour certaines entrepreneures, cette question de la gestion du temps semble particulièrement préoccupante. L'une des entrepreneures interrogées évoque aussi la question du stress. Mais, nous devons noter que les difficultés ainsi présentées ont été formulées par seulement 20 entrepreneures sur les 68 que nous avons interrogées, soit un très petit nombre d'entre elles. La question est à présent de savoir si les 48 restantes ne rencontrent pas de difficultés particulières dans l'exercice de leur activité ou bien si elles ne sont pas capables de les identifier parce que (c'est une hypothèse), elles sont soumises à un stress trop intense.

Les entrepreneures qui ont confiance dans l'avenir de leur entreprise (elles n'ont été que 40 sur les 50 qui se sont déclarées confiantes) le justifient en premier lieu à partir de leur entreprise et de leur propre attitude et moins sur l'environnement économique et social. L'environnement de l'entreprise

est parfois perçu d'un point de vue positif (marché porteur par exemple), mais il est également fréquemment considéré comme un frein au développement de l'entreprise (référence fréquente au contexte politique agité de l'époque et aux manifestations étudiantes qui ont marqué cette période).

A la question : comment surmontez-vous les difficultés auxquelles vous êtes confrontée, nous obtenons deux grands types de réponses, d'une part les réponses d'ordre technique (demander un découvert, employer un comptable, améliorer la gestion des stocks, etc.), d'autre part les réponses d'ordre psychologique pour se donner du courage mais sans identifier avec précision la nature du problème : « je prends sur moi », « je travaille encore plus », « je vais de l'avant », etc. A priori, on constate un certain équilibre entre les réponses d'ordre technique et les réponses d'ordre psychologique en la matière.

3.2. *Etre une femme, est-ce un handicap ou un atout ?*

Nous avons demandé aux entrepreneures si elles considéraient que le fait d'être une femme avait été pour elle un frein pour mener à bien leur projet entrepreneurial. 29 entrepreneures sur 68 ont déclaré ne pas avoir été confrontées à des problèmes particuliers en tant que femmes. Si des difficultés se présentent c'est davantage dans la gestion du temps et dans l'articulation entre activité professionnelle et vie familiale. Nombreuses sont les entrepreneures qui se plaignent du temps très important que leur prend leur activité professionnelle et sur le manque de temps à consacrer à leurs enfants lorsqu'ils sont très jeunes. « Ils ont besoin de leur maman », déclare l'une d'entre elles. D'autres entrepreneures cependant qui exercent un métier de femme (c'est notamment le cas dans la coiffure et les soins esthétiques) la question ne se pose pas. Notons ce point pour conclure que certaines entrepreneures se plaignent de difficultés avec leurs fournisseurs qui feraient preuve d'une certaine arrogance vis-à-vis de leurs clientes.

D'une manière générale, les entrepreneures interrogées considèrent qu'il n'y pas de différences fondamentales entre les hommes et les femmes face à la création d'entreprise : 35 sur 68. Nombre d'entre elles privilégient les qualités de l'individu : travail, courage, volonté, sérieux, etc. Nombre d'entrepreneures ont déclaré qu'elles travaillaient énormément au point de réduire à la portion congrue le temps consacré aux loisirs et à la famille. Travailler 10 heures par jour, ne prendre qu'une semaine de vacance par an sont aussi des pratiques courantes pour nombre d'entrepreneures (Fouquet, 2005).

Mais, certaines femmes (elles sont cependant largement minoritaires) considèrent que les institutions sont faites et dirigées par des hommes et que

cela handicapent forcément les femmes. Celles-ci sont confrontées à un problème majeur qui est les enfants. Pour favoriser l'accès de la création d'entreprise aux femmes, nombre d'entre elles considèrent qu'il faut développer les formes de garde des enfants et nombre d'entre elles insistent sur la flexibilité de celles-ci. D'un autre côté, si certaines femmes mettent en avant le rôle de leur conjoint (son attitude conciliante face au projet de son épouse), la plupart des entrepreneures interrogées considèrent que la réussite ne peut venir que d'elles-mêmes, de leur courage, de leur ténacité. « Ne pas baisser les bras », est une phrase qui est revenue à plusieurs reprises lors des entretiens.

CONCLUSION

Les femmes ont-elles en matière de création d'entreprise, mais également dans leurs pratiques au quotidien une façon différente de gérer leur entreprise ? Les raisons qui les conduisent à devenir entrepreneures sont-elles différentes comparées à celles des hommes. C'est à ces questions que nous avons tenté d'apporter des éléments de réponses en réalisant une enquête auprès de 68 entrepreneures de l'agglomération dunkerquoise. Les réponses que nous avons formulées n'ont pas vocation à l'universalité pour deux raisons majeures, d'abord parce que ces entreprises sont situées sur un territoire donné marqué par une longue crise industrielle et qui fait l'objet depuis une trentaine d'années d'un processus de restructuration. Ce cas de figure de par ses spécificités économiques et sociales n'est pas reproductible dans une autre agglomération française. D'autre part, notre enquête ne porte que sur 68 entrepreneures, soit un nombre relativement faible. Mais, nous avons essayé de contourner ce biais en interrogeant des entrepreneures d'âge différent et qui ont créé leur entreprise à des périodes différentes, entre les années 1960-1970 jusqu'à aujourd'hui. Les plus jeunes sont a priori surreprésentées. Est-ce un effet des mesures visant à faciliter la création d'entreprise prises depuis les années 2000 ? C'est assez difficile à établir, mais c'est très probable.

Quelles sont les conclusions principales que l'on peut tirer de cette enquête ?

1/ Les femmes apparaissent relativement seules face au processus de la création (peu de femmes ont créé en coopération avec un associé). Certes, elles soulignent le rôle de leur conjoint (quand il a été positif), de leur entourage proche d'une manière générale, et le rôle des institutions d'aide à la création d'entreprise auxquelles elles se sont adressées, par rapport aux enquêtes précédentes que nous avons menées, les femmes les ont largement consultées. Mais, lorsque on leur demande s'il faut posséder des qualités particulières

pour créer une entreprise et la faire vivre, elles privilégient leurs qualités propres : travail, courage, volonté, ambition, ténacité, etc.

2/ Elles critiquent modérément les institutions d'aide à la création d'entreprise. Certaines affirment qu'elles sont créées par des hommes et connaissent mal les problèmes spécifiques des femmes (nombre d'entre elles regrettent de ne pas avoir eu assez de temps à consacrer à leurs enfants). Pourtant, nombre d'entre elles notent qu'elles ont pu poser toutes les questions qu'elles souhaitaient et qu'elles ont obtenu les réponses qu'elles attendaient.

3/ La plupart des entrepreneures interrogées ont créé, semble-t-il, par goût d'entreprendre et moins sous la contrainte de l'emploi. Certes, les considérations d'ordre économique et financier ne sont pas absentes, mais nombre de femmes qui cherchaient par la création d'entreprise le moyen d'être indépendante, y sont-elles parvenues ? C'est une autre question.

4/ Nous constatons cependant que le secteur de création n'a pas été choisi au hasard, mais qu'il s'inscrit dans le projet professionnel de l'entrepreneuse. Celle-ci a créé son entreprise dans le secteur d'activité correspondant à son diplôme et/ou elle dispose d'une expérience professionnelle. C'est un projet a priori bien préparé. Mais, parmi les entrepreneures que nous avons interrogées en 2006, quelle sera la pérennité de leur entreprise ?

5/ Les entrepreneures que nous avons interrogées (surtout les plus jeunes d'entre elles) ont largement sollicité les associations d'aide à la création d'entreprise et se sont quelque peu désolidarisées de leurs familles, y compris pour financer la création de leur entreprise. Tout se passe comme si la femme s'éloignait de la cellule familiale (parents et conjoint essentiellement) pour créer son entreprise, mais s'en rapprochait dans la mesure où celle-ci constitue le prolongement direct de la cellule familiale. La question de la garde des enfants, évoquée à plusieurs reprises, le montre largement. Mais, est-ce bien une spécificité féminine ? Cette spécificité n'est-elle pas d'abord le fait des dirigeants des très petites entreprises ?

6/ Nous devons enfin souligner la particularité de la population d'entrepreneures que nous avons interrogées qui est assez homogène du point de vue sectoriel. Elles ont toutes créé leur entreprise dans le secteur des services (en grande partie pour une clientèle de particuliers). Il s'agit essentiellement d'activités à faible valeur ajoutée où le poids des relations sociales (notamment vis-à-vis de la clientèle) est primordial.

Références bibliographique

- BAUDELLOT C., 1992, *Allez les filles ?*, Seuil.
- BOURDIEU P., 1980, Le capital social, *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n°31.
- BOUTILLIER S., 2003, *L'entrepreneur dans une région en reconversion. Enseignements théoriques à partir d'une réflexion critique sur le concept de capital social*, Conseil régional Nord/Pas-de-Calais, Pôle de l'entrepreneuriat.
- BOUTILLIER S., 2005a, Du capital social au potentiel de ressources : société entrepreneuriale. Quid de l'économie sociale ? 5^{èmes} rencontres inter-universitaires d'économie sociale et solidaire « Economie sociale et solidaire et territoire », CEFI, 11-12/mai.
- BOUTILLIER S., 2005b, Le potentiel de ressources du dirigeant de TPE dans une région en reconversion, *Les Cahiers de l'ERFI*, vol.12, n°3.
- BOUTILLIER S., LAPERCHÉ B., UZUNIDIS D., 2004, Le « Potentiel de ressources » de l'entrepreneur et le « carré organique de la création d'entreprises », *Éléments de réflexion à partir du cas français*, SASE, Juillet, Society for the Advancement of Socio-Economics.
- BOUTILLIER S., LAPERCHÉ B., UZUNIDIS D., 2008, The entrepreneur's 'resource potential', innovation and networks, in B. Laperche, D. Uzunidis (eds), *Genesis of Innovation. Systemic Linkages between Knowledge and Market*, E. Elgar, Cheltenham.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., 1997dir, *Port et industries du Nord*, L'Harmattan.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., 1995, *L'Entrepreneur. Une analyse socio-économique*, Economica.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., 1999, *La Légende de l'entrepreneur*, Coll. Alternatives Economiques, Syros.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., 2004, La création d'entreprises dans une région industrielle en reconversion. Essai de réflexion à partir du « Potentiel de Ressources », Quatrième Journées de la Proximité, Proximité, réseaux et coordination, IDEP – GREQAM–LEST et le groupe de recherche « Dynamiques de proximité », Marseille, 17 et 18 juin.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., 2005, Création d'entreprise et lutte contre le chômage en Europe. Le potentiel de ressources des entrepreneurs, *Humanisme et entreprise*, n°272.

- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., 2006, *L'aventure des entrepreneurs*, Studyrama.
- BRUSCH C., 1992, research on women business owners : past trends, and new perspective and future directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 16, N°4.
- BURT R., 1995, Le capital social, les trous structuraux et l'entrepreneur, *Revue française de sociologie*, XXXVI.
- CADIEUX L., LORRAIN J., HUGRON P., 2002, La succession dans les entreprises familiales dirigées par les femmes : une problématique en quête de chercheurs, *Revue internationale des PME*, Vol 15, N°1.
- COLEMAN J., 1990, *Foundations of Social Theory*, Cambridge University Press.
- CORNET A., Constantinidis C., 2004, Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées, *Revue française de gestion*, N°151.
- DUCHÉNEAUT B., ORHAN M., 2000, *Les femmes entrepreneurs en France*, Edition Seli Arslan.
- FERRIER O., 2002, *Les très petites entreprises*, de boeck.
- FOUQUET A., 2005, Les femmes chefs d'entreprise : le cas français, *Travail, genre et société*, N°13.
- GRANOVETTER M. S., 2000, La force des faibles, dans Granovetter M. S., *Le marché autrement*, Desclée de Brouwer. Première publication de l'article « La force des faibles » en anglais en 1973.
- HISRICH R. D., BRUSH C., 1984, The women entrepreneur: management skills and business problems, *Journal of Small Business Management*, Vol 22, N°1.
- MARCHESNAY M., 2000, L'entrepreneur face à ses risques, *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, N°12.
- MIONE A., SAINT CYR L., 2002, Comparaison des femmes entrepreneurs France – Canada, 6^{ème} Congrès international francophone sur la PME, octobre, HEC.
- PUTMAN R., 1995, Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, N°6.
- SCHWARTZ O., 1990, *Le monde privé des ouvriers*, PUF.
- SHANE S., 2003, *A general Theory of Entrepreneurship, The individual-opportunity Nexus*, Edward Elgar.
- VERRET M., 1979, *L'espace ouvrier*, Collection « Logiques sociales », L'Harmattan.