

Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures : les femmes entrepreneures et les secteurs d'activité¹

Sophie Brière^a, Maripier Tremblay^b, Corinne Poroli^c, Isabelle Auclair^d

RÉSUMÉ. Dans cet article, les auteures s'attaquent aux stéréotypes et proposent une réflexion critique sur l'entrepreneuriat des femmes, au moyen de l'exploration de mythes liés à la création d'entreprises, et plus spécifiquement à ceux entourant les secteurs d'activité dans lesquels œuvrent les femmes entrepreneures. On y aborde notamment l'accessibilité des secteurs d'activités et les déterminants sociaux influençant le parcours des femmes entrepreneures. Plutôt que de se limiter à une présentation descriptive, les auteures cherchent à comprendre pourquoi certaines situations perdurent. Il ressort que la situation des femmes est fortement enracinée dans un écosystème entrepreneurial où les biais persistent et par conséquent favorisent peu la diversité d'entrepreneures. Des recommandations et pistes d'actions sont proposées pour contrer ce modèle unique.

ABSTRACT. In this article, the authors challenge stereotypes and critically reflect on women's entrepreneurship by exploring myths related to business creation, specifically those surrounding the sectors in which women entrepreneurs start their businesses. It addresses the accessibility of the sectors of activity and the social determinants influencing the path of women entrepreneurs. Rather than limiting themselves to a descriptive presentation, the authors seek to understand why certain situations persist. It emerges that the situation of women is strongly rooted in an entrepreneurial ecosystem where biases persist and consequently favor little diversity of women entrepreneurs. Recommendations and courses of action are proposed to counter this unique model.

Introduction

Certains mythes sur les femmes entrepreneures sont encore largement répandus : elles seraient moins ambitieuses, moins audacieuses dans leurs actions, moins tournées vers l'international, etc. Ces affirmations appellent à des nuances dans notre société, qui valorise principalement un entrepreneuriat de croissance, créateur de richesse et générant des « fleurons ».

Cette vision de l'entrepreneuriat est incomplète et trompeuse, car elle ne reflète qu'une infime partie du phénomène entrepreneurial. Paru en 2020, un ouvrage dirigé par les professeures Maripier

Tremblay, Sophie Brière et Corinne Poroli s'attaque aux stéréotypes et propose une réflexion critique sur l'entrepreneuriat des femmes, au moyen de l'exploration de mythes liés à la création d'entreprises. Dans cet article, nous reprenons les propos développés dans le deuxième chapitre de l'ouvrage, lequel se penche plus spécifiquement sur les mythes entourant les secteurs d'activité dans lesquels œuvrent davantage les femmes entrepreneures.

En effet, il est connu que les femmes sont plus présentes dans certains secteurs d'activité, mais les raisons qui expliquent ce constat sont, elles, moins connues. Selon la croyance populaire, les femmes

^a Professeure titulaire, Sciences de l'administration – Département de management, Université Laval

^b Professeure titulaire, Sciences de l'administration – Département de management, Université Laval

^c Professeure associée, SKEMA Business School, Université Côte d'Azur, France

^d Professeure agrégée, Sciences de l'administration – Département de management et titulaire Chaire Claire-Bonenfant – Femmes, Savoirs et Sociétés, Université Laval

feraient elles-mêmes le choix d'entreprendre dans des secteurs précis, tous les secteurs d'affaires seraient accessibles à toutes les personnes qui souhaitent entreprendre, et le développement d'une entreprise serait le même, peu importe le contexte. Il nous apparaît important de déconstruire ces mythes pour mieux capter la réalité des femmes.

C'est ce que nous faisons dans le cadre de cet article. Dans un premier temps, nous explorons le mythe relatif au fait que tous les secteurs d'affaires sont accessibles à toutes les personnes qui souhaitent entreprendre. Par la suite, nous nous attardons au mythe voulant que le développement d'une entreprise soit le même, peu importe le contexte.

Une fois ces deux mythes présentés, nous présentons des clés pour déconstruire ces mythes, sous la forme de recommandations et de pistes d'action concrètes afin de contrer ces idées préconçues. La volonté derrière cet exercice est de contrer cette tendance au

modèle unique et de reconnaître une plus grande diversité, dans le but ultime d'accompagner et de soutenir de façon plus efficace les femmes, mais aussi l'ensemble des entrepreneurs.

1. Mythes relatifs aux entrepreneures

1.1 Mythes 1 : Tous les secteurs d'affaires sont accessibles à toutes les personnes qui souhaitent entreprendre

Il est documenté que les femmes entrepreneures œuvrent davantage dans certains secteurs tels que la santé, les services aux particuliers et aux entreprises, l'éducation et le commerce de détail (Bacha et collab., 2016). Le tableau 1 montre que les femmes propriétaires d'entreprises au Québec se situent en plus grande proportion dans le secteur des services professionnels (24,6 %) et des autres services (18,2 %).

Secteur d'activité	% de femmes propriétaires
Services professionnels, scientifiques et techniques (services juridiques, comptables, architecture, génie, arpentage, publicité, conception de systèmes informatiques, conseils de gestion, recherche scientifique, etc.)	24,6
Autres services, sauf les administrations publiques (réparation et entretien, services personnels et de blanchissage, ménages privés, etc.)	18,2
Arts, spectacles et loisirs	10,8
Soins de santé et assistance sociale	9,2
Commerce de détail	8,0
Finance et assurances	3,6
Hébergement et services de restauration	3,2
Services d'enseignement	3,1
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	3,1
Construction	2,6
Fabrication	2,4
Services immobiliers et services de location et de location à bail	2,3
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	2,2
Ne sait pas	2,2
Industrie de l'information et industrie culturelle	1,4
Commerce de gros	1,2
Autre	0,9
Gestion de sociétés et d'entreprises	0,7
Transport et entreposage	0,4

Tableau 1 – Répartition des femmes propriétaires par secteur d'activité au Québec
Source : Ibanescu et Marchand, 2017

En se référant aux statistiques de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), Bacha et ses collègues (2016) illustrent que, du côté de la France, on retrouve la majorité des femmes propriétaires dans le domaine de la santé humaine et de l'action sociale (73,1 %)

ainsi que dans le domaine des autres services aux ménages (68,7 %). Elles sont très peu présentes dans le secteur de la construction (2,4 %) ou encore dans des secteurs dits « innovants », dont celui de l'information et de la communication (22,6 %).

Secteur d'activité	% de femmes propriétaires
Santé humaine et action sociale	73,1
Autres services aux ménages	68,7
Industrie	50,2
Enseignement	49,8
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	45,8
Activités immobilières	44,9
Activités de services administratifs et de soutien	41,7
Arts, spectacles et activités récréatives	39,7
Activités financières et d'assurance	38,2
Hébergement et restauration	37,1
Commerce; réparation d'automobiles et de motocycles	35,1
Information et communication	22,6
Transport et entreposage	5,6
Construction	2,4

Tableau 2 – Répartition des femmes propriétaires par secteur d'activité en France
Source : Institut national de la statistique et des études économiques, 2017

Une des raisons contribuant à expliquer ce constat, à la fois au Québec et en France, est le fait que les femmes se trouvent préalablement dans des domaines d'études typiquement liés à ces secteurs,

soit ceux des services et de la santé. Ainsi, les statistiques disponibles au Québec montrent que les domaines d'études des femmes se situent principalement, pour la formation technique, dans le domaine de la santé et des sciences humaines.

Secteur d'activité	% de femmes propriétaires
Santé humaine et action sociale	73,1
Autres services aux ménages	68,7
Industrie	50,2
Enseignement	49,8
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	45,8
Activités immobilières	44,9
Activités de services administratifs et de soutien	41,7
Arts, spectacles et activités récréatives	39,7
Activités financières et d'assurance	38,2
Hébergement et restauration	37,1
Commerce; réparation d'automobiles et de motocycles	35,1
Information et communication	22,6
Transport et entreposage	5,6
Construction	2,4

Tableau 3 – Effectif étudiant à temps plein et à temps partiel des établissements d'enseignement collégial (réseaux public et privé) au Québec
Source : Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, *Statistiques de l'enseignement supérieur*, 2015

En France, le pourcentage des femmes qui étudient dans des formations techniques est réellement plus élevé dans les services aux personnes.

Domaine d'études en formation technique	France	
	% hommes	% femmes
Services aux personnes	24,1	75,9
Échanges et gestion	33	67
Agriculture, pêches et forêts	89,4	10,6
Spécialité technologique de la production	95,3	4,7
Génie civil, construction, bois	97,5	2,5

Tableau 4 – Effectif des formations techniques en France (données compilées en 2014-2015)
Source : MENESR, *Repères et références statistiques*, 2016, cité dans Lemarchant, 2017

En ce qui a trait aux études universitaires, les statistiques montrent aussi qu'il y a encore peu de femmes dans les secteurs scientifiques. Au Québec,

les femmes représentent 20 % des étudiants au baccalauréat en génie et 15 % des étudiants en informatique (Belletête et Langelier, 2016), secteur où le démarrage d'entreprises est en forte croissance.

Domaine d'études universitaires	Québec
	% de femmes
Sciences sociales et humaines	68,6
Sciences de la santé	18,1
Sciences pures et appliquées	10
Études plurisectorielles	3,5

Tableau 5 – Répartition du domaine d'études universitaires des femmes au Québec
Source : Conseil du statut de la femme, 2018

En France, la proportion de femmes en sciences est plus élevée qu'au Québec, et leur présence dans les

secteurs de la santé et des sciences humaines et sociales demeure plus importante.

Domaine d'études universitaires	France
	% de femmes
Sciences de la santé	68,5
Sciences humaines et sociales	67,8
Sciences pures et appliquées	43,2
Sciences et technologie des activités physiques et sportives	29

Tableau 6 – Pourcentage de femmes inscrites à l'université par discipline en France à la rentrée 2016
Source : Institut national de la statistique et des études économiques, 2018

En plus de la présence des femmes dans certains secteurs particuliers au sein des divers programmes de formation, sur le marché du travail, les femmes sont aussi moins présentes dans des secteurs autres que celui des services.

Au Québec, elles représentent 14 % des membres de l'Ordre des ingénieurs du Québec, elles sont 1,5 % dans le domaine de la construction et seulement 20 % en technologies de l'information (Conseil du statut de la femme, 2016). Ainsi, la majorité des emplois féminins demeurent dans cinq types d'industries, soit les soins de santé et l'assistance sociale, le commerce de détail, les services d'enseignement, les administrations publiques ainsi que l'hébergement et les services de restauration.

En France, cette genrisation des secteurs en entrepreneuriat est présente et tend à s'accroître puisque le secteur de la santé humaine et de l'action sociale reste dominé par les femmes (65 % contre 58 % en 2010), de même que les autres services aux ménages (58 % contre 55 % en 2010). Les secteurs très masculins le demeurent, tels que la construction (91 % d'hommes créateurs en 2014), le domaine de l'information-communication (84 %) et le transport-entrepôt (83 %) (Santoni, 2016). Cette auteure rappelle aussi :

Des études menées en France et en Belgique par Cornet et Constantinidis (2004) ont montré que les entrepreneures présentes dans les secteurs dits féminins ont connu des difficultés à trouver leur place, le niveau de

diplôme aidant alors à faire valoir leur crédibilité. Le constat des deux auteurs est donc que le choix du secteur d'activité des femmes entrepreneures « reste fortement influencé par les réalités de genre » (Constantinidis, 2010). (Santoni, 2016, p. 36)

Ainsi, non seulement les femmes sont propriétaires d'entreprises dans des secteurs liés aux services, mais les statistiques montrent que leur présence dans ces secteurs sur le plan de la formation et de l'emploi ne leur permet pas d'accéder facilement à d'autres secteurs d'activité. Ce constat vient ainsi déconstruire le mythe selon lequel tous les secteurs d'affaires sont accessibles à toutes les personnes qui souhaitent entreprendre.

Les statistiques présentées s'ajoutent au fait qu'il persiste des stéréotypes liés à la présence des femmes dans des secteurs et des emplois traditionnellement masculins, que ce soit sur le plan de la force physique, de l'intérêt des femmes pour ces secteurs et du rôle des femmes dans la conciliation travail-famille (Brière, 2018).

1.2 Le développement d'une entreprise est le même, peu importe le contexte

Un autre mythe fréquemment repris est celui selon lequel le développement d'une entreprise est le même, peu importe le contexte des personnes qui entreprennent. Pourtant, plusieurs études montrent l'importance de l'écosystème entrepreneurial, un concept apparu dans le milieu des années 1990.

Ce concept permet de prendre en compte les interactions de l'entreprise avec son milieu, ce dernier étant composé de ses fournisseurs, de ses clients, de ses financiers mais aussi des autres parties prenantes comme les institutions publiques, les milieux associatifs ou encore, quand ils sont dans leur phase de lancement, les organismes d'accompagnement. (Bacha et collab., 2016, p. 37).

Ainsi, l'écosystème entrepreneurial a un caractère évolutif et est traversé par une variété de relations :

L'application de ce concept au champ de l'entrepreneuriat signifie que l'entrepreneur ne peut plus être considéré comme un acteur isolé évoluant dans un vide social et institutionnel. Son environnement est constitué au contraire de multiples acteurs, dispositifs, réseaux relationnels, etc. plus ou moins interreliés et qui peuvent être favorables au développement entrepreneurial (création et développement de compétences entrepreneuriales, etc.). (Bacha et collab., 2016, p. 37-38)

Il existe plusieurs représentations de l'écosystème entrepreneurial, mais la figure 1 permet de faire ressortir la nature complexe et dynamique du contexte entrepreneurial, et de montrer l'interrelation des éléments relatifs à l'individu et à son environnement social. Ce schéma montre également l'importance de travailler en amont au bassin de compétences dans les universités-collèges et écoles techniques, ce qui contribuerait à déconstruire le mythe sur l'accessibilité des femmes dans tous les secteurs.

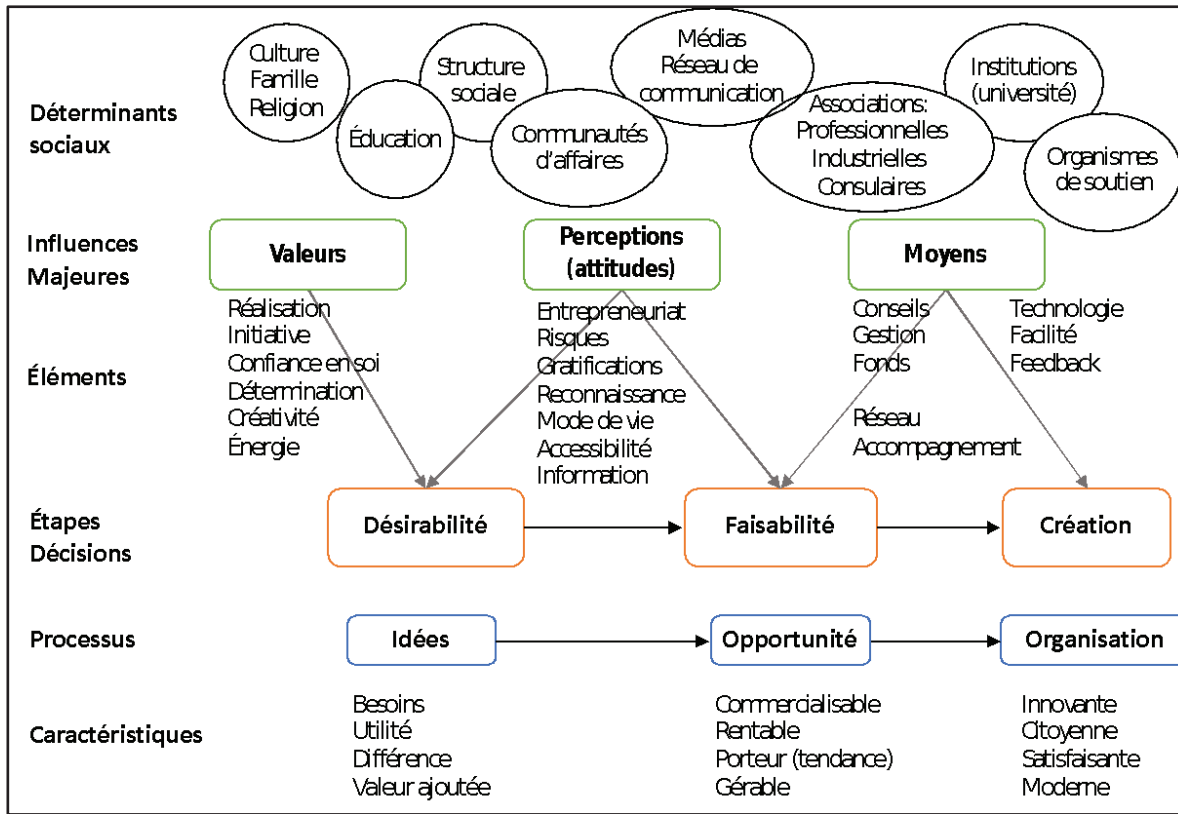


Figure 1 – Écosystème et processus entrepreneurial
Source : Gasse, 2003, p. 50

En théorie, l'écosystème entrepreneurial semble montrer que toutes les personnes qui entreprennent dans cet environnement ont toutes les mêmes chances de succès. Toutefois, en pratique, l'expérience montre que les femmes ne disposent pas des mêmes déterminants sociaux ni des mêmes accès aux différentes ressources (Brush et collab., 2018). Cela montre ainsi l'importance de considérer les obstacles résultant des normes entrepreneuriales qui désavantagent les femmes, notamment la division sexuelle du travail, la discrimination systémique dans les organismes de soutien et l'accès au financement (Brière et collab., 2017). Cette analyse contextuelle est essentielle pour comprendre les particularités et la diversité de l'entrepreneuriat féminin.

Dans la pratique, ces réalités contextuelles ne sont pas suffisamment prises en compte, et la situation différenciée entre les hommes et les femmes n'est pas toujours considérée lorsqu'il s'agit de développer des stratégies et des activités de soutien à l'entrepreneuriat (Brière et collab., 2017). L'activité entrepreneuriale est encore considérée comme une activité économique désincarnée, malgré des études récentes

qui considèrent l'entrepreneuriat comme un processus de changement social sensible au genre (Calas et collab., 2009). Selon Brière et ses collègues (2017), «le contexte et les besoins des femmes demeurent ainsi sous-estimés, ce qui affecte les opportunités de croissance et le sentiment de satisfaction des femmes envers leurs entreprises» (p. 91). Aussi, ces auteures montrent qu'une approche basée sur le développement individuel ne considère pas suffisamment les différentes parties prenantes qui influencent l'activité entrepreneuriale, particulièrement les institutions financières et la vie familiale.

Concernant la situation familiale, celle-ci a pourtant un effet important, considérant l'implication encore importante des femmes dans les charges domestiques. Au Québec, une étude montre que, lors de l'arrivée d'un enfant, on constate toujours une baisse indicative du taux d'emploi des mères, alors que celui des pères augmente (Conseil du statut de la femme, 2016). Cela illustre bien que, même si les écarts diminuent et que les pères s'impliquent davantage, «la naturalisation des inégalités dans le partage du travail domestique et parental est encore solidement

ancrée dans les esprits de nombreux parents» (Conseil du statut de la femme, 2015). En France, «le rythme de travail discontinu lié à la maternité (*motherhood*) amène les femmes à être cantonnées dans des secteurs d'activité et des emplois traditionnellement genrés» (Richomme-Huet et Vial, 2013, cités dans Santoni, 2016, p. 254). Cela affecte également le choix du secteur d'activité (secteurs traditionnellement investis par des femmes) et le type d'occasions saisies.

Le fait d'être mère et entrepreneure est d'ailleurs un phénomène étudié de façon plus précise avec le concept de *mampreneures*. Le fait d'établir plus précisément les besoins de ces femmes permet de déterminer des stratégies d'accompagnement mieux adaptées et différenciées. Il convient ainsi d'être attentif aux évolutions observées en matière d'entrepreneuriat féminin, notamment aux pratiques d'accompagnement adaptées par et pour les mampreneures. L'objectif est de trouver les moyens adéquats pour accompagner efficacement la population des femmes devenant entrepreneures au cours de leur grossesse ou durant la période préscolaire de leur(s) enfant(s).

D'autres travaux ont montré que la famille occupe une place centrale dans la vie des femmes entrepreneures, que ce soit leurs parents, leur conjoint ou leurs enfants (Brière et collab., 2017). Le soutien familial pour démarrer une entreprise semble donc crucial pour les femmes puisque leur rôle de mère et les devoirs familiaux restreignent leur horaire de travail, ce qui affecte leur cheminement entrepreneurial. L'aspect familial est aussi inséparable de l'appréciation que les femmes font de leur performance, car les femmes accordent la priorité à l'effet positif de leur entreprise sur leur famille et sur leur communauté. La situation familiale a donc une influence sur le développement des femmes entrepreneures, mais la liberté permise par le fait d'être son propre patron ne serait pas si évidente (Chasserio et collab., 2014).

2. Clés pour déconstruire ces mythes

2.1 Clé 1 : Favoriser l'intégration des femmes dans des secteurs traditionnellement masculins à forte croissance

Une clé importante pour favoriser une véritable accessibilité à tous les secteurs d'affaires aux

femmes qui souhaitent entreprendre est de favoriser leur intégration dans des secteurs traditionnellement masculins, particulièrement ceux à forte croissance.

Une recherche réalisée sur la progression et les femmes dans les métiers traditionnellement masculins au Québec (Brière, 2018) a montré que, malgré des avancées politiques et juridiques en faveur de l'égalité qui ont permis aux femmes d'obtenir en plus grand nombre un diplôme universitaire et d'accéder au marché du travail, des écarts importants persistent dans ces professions sur le plan des salaires, du choix de spécialisations et de l'accès aux postes décisionnels. Dans ce contexte, l'étude fait ressortir les obstacles, mais aussi les facteurs facilitant le parcours des femmes sous plusieurs dimensions, soit la formation initiale, les motivations, le recrutement, les deux premières années de carrière, la carrière, la diversification des choix et l'accès à des postes de décision.

L'étude dirigée par Brière (2018) a également répertorié des obstacles à cette insertion, obstacles sur lesquels il importe de travailler si l'on souhaite augmenter le bassin de femmes présentes dans une majorité de secteurs. Ces obstacles concernent notamment l'esprit de compétition, qui se traduit par de très longues heures de travail; la persistance des stéréotypes liés aux rapports sociaux de genre et à la parentalité; les perceptions liées aux difficultés des femmes en matière de mobilité internationale ou régionale; des horaires de travail irréguliers; l'impunité par rapport au sexisme ou aux situations de harcèlement sexuel; et les processus déficients de nomination aux postes de décision.

En sciences et en génie, un secteur à forte croissance menant au démarrage d'entreprises, les résultats de cette étude pour les ingénieures montrent que les défis demeurent surtout sur le plan de la formation. Comme il a été mentionné précédemment, seulement 20 % de femmes sont inscrites au baccalauréat. Différents programmes ont été mis en place pour accroître le nombre de femmes inscrites dans les différents programmes de formation en sciences et génie, dont *Promoscience* de l'Association de la francophonie à propos des femmes en sciences, technologies, ingénierie et mathématique (AFFESTIM), *Chapeau, les filles!* et *Les Scientifines*. Aussi, des stages coopératifs permettent aux femmes de prendre conscience des biais sexistes à l'université et dans le milieu

de travail. La promotion de nouvelles filières telles que les biotechnologies, l'environnement et le génie des eaux a aussi été entreprise. Malgré cela, d'autres actions devraient être entreprises pour contrer le sexisme dans ces milieux de travail, particulièrement sur les chantiers de construction, et pour revoir les exigences liées au nombre d'heures et à la mobilité régionale ou internationale.

L'étude dirigée par Brière (2018) a ainsi permis de déterminer des pratiques organisationnelles favorisant la progression et la rétention des femmes dans les organisations de divers secteurs. Les éléments clés pour la progression des femmes dans des métiers traditionnellement masculins concernent les processus de recrutement et de travail, les conditions de travail, la conciliation travail-vie personnelle, le climat de travail, l'accompagnement individuel et les processus d'accès aux postes de décision.

2.2 Clé 2 : Prendre en compte les éléments contextuels influençant le cheminement entrepreneurial

Une autre clé essentielle pour réaliser une meilleure prise en compte du contexte dans le développement d'une entreprise est de considérer davantage les

éléments contextuels influençant le cheminement entrepreneurial (inégalités et rapports sociaux de genre, situation personnelle et familiale, parties prenantes présentes et influentes, bassin de main-d'œuvre, distance et éloignement géographique, etc.).

Cette analyse contextuelle est essentielle pour comprendre les particularités et la diversité de l'entrepreneuriat féminin, car l'expérience des femmes montre que l'entrepreneuriat est une activité sociopolitique et une construction sociale au sein desquelles les iniquités influencent les possibilités, les expériences et les comportements entrepreneuriaux (Brière et collab., 2017).

Ces auteures (Brière et coll., 2017) permettent de mettre de l'avant une nouvelle approche plus dynamique et intégrée des services de soutien afin que le contexte particulier des femmes entrepreneures, surtout leur situation familiale, soit davantage orienté vers le soutien aux entrepreneures, tant sur le plan de la nature des services que leur accessibilité. La figure 2 illustre de façon originale l'analyse simultanée et genrée de l'interinfluence de cette dimension contextuelle avec les services de soutien et la performance des entreprises.

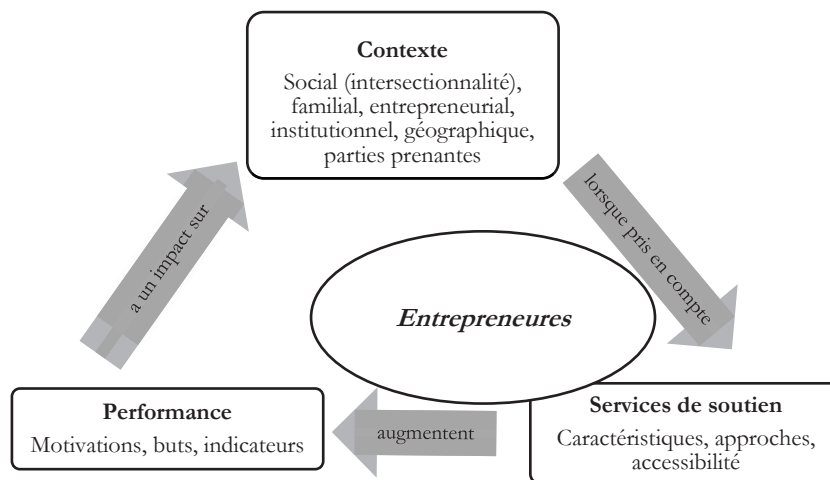


Figure 2 – Interinfluence du contexte, des services de soutien et de la performance
Source : Brière et collab., 2017

Ce modèle représente le processus entrepreneurial comme un construit social et un processus de changement social sensible au genre. Il représente aussi de nouvelles avenues pour les organisations qui souhaitent améliorer les activités de soutien aux femmes entrepreneures. Cette clé s'appuie également sur les résultats d'une étude du Global Entrepreneurship Monitor (Hechavarría et Ingram,

2018) réalisée sur les écosystèmes entrepreneuriaux dans 75 pays entre 2001 et 2014. Cette étude indique que la prévalence dans l'esprit d'entreprise est plus élevée pour les femmes lorsque l'écosystème entrepreneurial présente de faibles barrières à l'entrée, un gouvernement favorable, des politiques favorables à l'entrepreneuriat, une infrastructure juridique favorable, etc. Les femmes seraient

également plus enclines à mobiliser davantage de ressources que les hommes afin de surmonter les contraintes en matière de soutien (Sperber et Linder, 2018).

2.3 Clé 3 : Favoriser une approche collective pour soutenir les femmes entrepreneures

Une autre clé dans cette perspective vise à repenser l'approche privilégiée pour soutenir les femmes entrepreneures par une approche collective, plutôt qu'individuelle. Les études actuelles font ressortir de nombreux modèles illustrant le processus par lequel un individu détermine une possibilité, mais ceux-ci offrent peu de repères pour aborder le processus dans une perspective collective permettant de mettre l'accent sur des rôles liés au soutien durant les différentes phases du processus entrepreneurial (Tremblay, 2014). La mobilisation des parties prenantes permet d'analyser l'influence des iniquités sociales ainsi que de créer des stratégies et des activités endogènes qui tiennent compte du contexte.

Une étude quantitative sur les femmes entrepreneures (Bullough et collab., 2014) indique que la collectivité (p. ex., la famille, les amis proches, les collègues) est un facteur particulièrement important pour le démarrage d'entreprise. Plus précisément, lorsqu'elles s'engagent dans le développement des affaires, les femmes sont principalement influencées par leur cercle proche de contacts. Combiné aux objectifs individuels, le soutien favorable de ce groupe permet à la fois un meilleur démarrage et une meilleure compréhension des enjeux qui devraient aider les organismes de soutien à concevoir des programmes de formation adaptés.

Enfin, bien que les femmes entrepreneures restent au cœur de tout projet d'entreprise, il est important pour les communautés de s'impliquer et de s'engager dans le projet entrepreneurial. Tout comme le soulignent les travaux de Bacha et ses collaborateurs (2016), cette approche coïncide avec les différentes études qui

montrent les relations entre entrepreneuriat, territoire et dynamique collective (p. ex., districts industriels, économie de proximité, stratégies collectives de coopération, grappes d'entreprises, etc.).

Cette relation avec le territoire devient alors un élément important dans le développement des entreprises, particulièrement pour les femmes puisque ce maillage relationnel avec leur territoire peut alors constituer une ressource majeure de leur projet.

Conclusion

Nous avons présenté un extrait de la réflexion développée dans le cadre de l'ouvrage *Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures* (Tremblay et collab., 2020), qui vise essentiellement à mieux comprendre ce qui se cache derrière certains stéréotypes largement véhiculés sur les femmes entrepreneures. Plus spécifiquement, nous nous sommes penchées sur les secteurs d'activité dans lesquels œuvrent les femmes entrepreneures.

Nous retenons que les femmes détiennent des entreprises dans les secteurs au sein desquels elles étudient. Ainsi, pour favoriser leur présence dans certains secteurs, il faut travailler en amont, soit en les incitant à se former dans ces secteurs. Il faut également chercher à comprendre les freins et à quel moment ils se présentent dans leur parcours.

À la lumière des réflexions présentées ici, il importe d'intégrer une analyse du contexte pour comprendre la création d'entreprises par les femmes. L'écosystème entrepreneurial alimente parfois les préjugés et les stéréotypes, ce qui génère des stratégies inadaptées pour les femmes.

Finalement, il nous apparaît pertinent d'utiliser les approches collectives en mobilisant les parties prenantes pour faire ressortir les iniquités sociales et pour stimuler la création d'entreprises qui répondent au contexte des femmes.

NOTE

- 1 Cet article est un extrait de l'ouvrage *Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures* (2020), sous la direction de Maripier Tremblay, Sophie Brière et Corinne Poroli, aux Presses de l'Université Laval. La diffusion de cet extrait dans la revue *Organisations et territoires* a été autorisée par les Presses de l'Université Laval.

RÉFÉRENCES

- Bacha, E., Chasserio, S., Pailot, P., Poroli, C. et Lebègue, T. (2016). L'accompagnement des femmes entrepreneures : regards croisés. Dans P. Philippart (dir.), *Écosystème entrepreneurial et logiques d'accompagnement* (p. 29-52). EMS Éditions.
- Belletête, V. et Langelier, E. (2016). *Données sur la progression des femmes en sciences et en génie au Québec et au Canada*. Journée de l'entrepreneuriat féminin (article publié), Sherbrooke.
- Brière, S. (dir.). (2018). *Les femmes dans les métiers et professions traditionnellement masculins : une réalité teintée de stéréotypes de genre nécessitant une analyse critique, systémique, comparative et multidisciplinaire* (rapport de recherche du Programme Actions concertées). FRQSC, FRQNT et Secrétariat à la condition féminine Québec.
- Brière, S., Auclair, I. et Tremblay, M. (2017). Soutenir les femmes entrepreneures en contexte africain : vers une nouvelle approche dynamique et collective. *Revue internationale PME*, 30(3-4), 69-97. <https://doi.org/10.7202/1042661ar>
- Brush, C., Edelman, L. F., Manolova, T. et Welter, F. (2018). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 393-408. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9992-9>
- Bullough, A., Renko, M. et Abdelzaher, D. (2014). Women's business ownership: Operating within the context of institutional and in-group collectivism. *Journal of Management*, 43(7), 2037-2064. <https://doi.org/10.1177/0149206314561302>
- Calas, M., Smircich, L. et Bourne, K.A. (2009). Extending the boundaries: Reframing «entrepreneurship as social change» through feminist perspectives. *Academy of Management Review*, 34(3), 552-569. <http://www.jstor.org/stable/27760019>
- Chasserio, S., Pailot, P. et Poroli, C. (2014). L'irrésistible ascension des femmes entrepreneures. Dans C. Léger-Jarniou (dir.), *Le grand livre de l'entrepreneuriat* (p. 173-190). Dunod.
- Conseil du statut de la femme. (2018). *Portrait des québécoises, Édition 2018*. Gouvernement du Québec. https://www.csf.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/Por_portrait_quebecoises.pdf
- Conseil du statut de la femme. (2015). *Pour un partage équitable du congé parental* (avis). Gouvernement du Québec. <https://csf.gouv.qc.ca/article/2015/05/15/le-partage-equitable-du-conge-parental>
- Conseil du statut de la femme. (2016). *Portraits statistiques Égalité femmes hommes*. Gouvernement du Québec. <https://csf.gouv.qc.ca/article/2016/05/05/15745>
- Constantinidis, C. (2010). Représentations sur le genre et réseaux d'affaires chez les femmes entrepreneures. *Revue française de gestion*, 36(202), 127-143. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2010-3-page-127.htm>
- Cornet, A. et Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue française de gestion*, 151(4), 191-204. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-4-page-191.htm>
- Gasse, Y. (2003). L'influence du milieu dans la création d'entreprise. *Organisations & territoires*, 12(20), 49-56. <http://dx.doi.org/10.1522/revueot.v12n2.741>
- Hechavarría, D. M. et Ingram, A. E. (2018). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: A 14-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, 53(2), 431-458. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9994-7>
- Ibanescu, M. et Marchand, R. (2017). *Un regard sur l'entrepreneuriat féminin : Indice entrepreneurial québécois 2017 du Réseau M de la Fondation de l'entrepreneuriat*. Réseau Mentorat. https://indiceentrepreneurialqc.com/wp-content/uploads/2018/10/Rapport_IEQ2017_final_171030.pdf
- Institut national de la statistique et des études économiques. (2018). *Tableaux de l'économie française : Édition 2018*. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3303488?sommaire=3353488>
- Lemarchant, C. (2017). *Unique en son genre : filles et garçons atypiques dans les formations techniques et professionnelles*. PUF.
- Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. (2015). *Statistiques de l'enseignement supérieur : Édition 2014*. http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/administration/librairies/documents/Ministere/acces_info/Statistiques/Statistiques_ES/Statistiques_enseignement_superieur_2014.pdf
- Richomme-Huet, K. et d'Andria, A. (2013). L'accompagnement entrepreneurial par et pour les mampreneurs. *Management international*, 17(3), 101-111. <https://doi.org/10.7202/1018270ar>
- Santoni, J. (2016). *Le rôle de la sensibilisation, de l'accompagnement et de l'auto-efficacité entrepreneuriale perçue dans l'engagement entrepreneurial des femmes* [Thèse de doctorat, Université de Strasbourg]. TEL Archives ouvertes. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01469434>

- Sperber, S. et Linder, C. (2019). Gender-specifics in start-up strategies and the role of the entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 53(2), 533-546. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9999-2>
- Tremblay, M. (2014). L'identification collective d'opportunités : la créativité au service de l'entrepreneuriat. *Revue internationale PME*, 27(1), 99-124. <https://doi.org/10.7202/1025691ar>
- Tremblay, M., Brière, S. et Poroli, C. (dir.) (2020). *Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures*. PUL.