



Business School

WORKING PAPER SERIES

Working Paper

2014-211

**Entreprendre en France ? Les
motivations des femmes**

Dominique BONET FERNANDEZ
Marie-José SCOTTO
Bruno FISCHER

<http://www.ipag.fr/fr/accueil/la-recherche/publications-WP.html>

IPAG Business School
184, Boulevard Saint-Germain
75006 Paris
France

IPAG working papers are circulated for discussion and comments only. They have not been peer-reviewed and may not be reproduced without permission of the authors.

Entreprendre en France ? Les motivations des femmes

Dominique BONET FERNANDEZ
IPAG Business School et CRETLOG
dominique.bonet-fernandez@ipag.fr

Marie-José SCOTTO
IPAG Business School
m.scotto@ipag.fr

Bruno FISCHER
IPAG Business School
b.fischer@ipag.fr

Résumé

L'entrepreneuriat féminin, en tant que gisement de croissance et d'emploi suscite l'intérêt des instances politiques, économiques et académiques (de Bruin et al. 2007 ; Bel, 2009 ; Chabaud et Lebègue, 2013 ; Hugues et al. 2012). Dans ce contexte particulièrement porteur, notre recherche a comme objectif d'identifier les motivations principales des femmes à entreprendre en France. A partir d'une enquête en ligne actuellement en cours auprès des réseaux féminins français d'entrepreneures, nous présentons nos premiers résultats fondés sur 87 questionnaires. Nous appuyant sur la typologie de Kirkwood (2009), l'hypothèse que nous testons concerne la nature des facteurs de motivation, *pull* ou *push*. Il apparaît que les facteurs *pull* (motivations d'indépendance et économique) sont prédominants.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, motivations, facteurs *push* et *pull*

Introduction

La création d'entreprise se trouve au cœur des priorités politiques actuelles et fait l'objet de toute l'attention des chercheurs. Dans ce cadre, l'entrepreneuriat féminin représente un champ de recherche émergent dans la plupart des pays, quel que soit leur niveau de développement. Dans les faits, l'entrepreneuriat féminin a pris au cours de ces vingt dernières années, une importance de plus en plus grande dans la plupart des pays industrialisés. Selon le pays étudié, la proportion de femmes chefs d'entreprise varie entre 15 et plus de 35%. Près de 70% des femmes créent leur *business*, 22% en héritent et environ 8% rachète une société. Selon les données du GEM¹(2007), un tiers des entrepreneurs européens sont des femmes. En France, elles représentent 32 % des créateurs d'entreprise, en 2011.

¹ Global Entrepreneurship Monitor

L'entrepreneuriat féminin, en tant que gisement de croissance et d'emploi suscite l'intérêt des instances politiques, économiques et académiques (Bel, 2009 ; Chabaud et Lebègue, 2013 ; Hugues et al. 2012). Des travaux académiques en nombre croissant en France et dans le monde explorent ce champ de recherche (de Bruin et al. 2007).

Dans ce contexte particulièrement porteur, notre recherche a comme objectif d'identifier les motivations principales des femmes à entreprendre en France. Ce projet s'inscrit dans le cadre d'une étude internationale comparée en cours de réalisation par plusieurs équipes de recherche (Etats Unis, Australie, Europe). L'intérêt de notre recherche à terme est de vérifier si les entrepreneures françaises montrent les mêmes motivations à entreprendre que dans les autres pays mentionnés, ou bien si il est possible d'identifier des facteurs spécifiques à la femme créatrice d'entreprise en France.

Les motivations des femmes entrepreneurs

Les premiers travaux sur le thème se sont centrés sur des approches comparatives de genre en comparant systématiquement les entrepreneurs féminins aux entrepreneurs masculins. Cette approche a permis de mettre en lumière de nombreuses différences entre les entreprises créées par des femmes et celles créées par des hommes. Les travaux des chercheurs ont montré que bien des difficultés que rencontrent les femmes entrepreneurs sont dues aux inégalités de genre dites *gender-specific*, (Carter and Allan, 1997) Les caractéristiques des entreprises féminines font apparaître une concentration de TPE ou de micro-entreprises (Carrington, 2006). Les femmes entrepreneures emploient moins de salariés, leurs entreprises développent des chiffres d'affaires inférieurs et ne se développent pas dans les mêmes proportions que les entreprises créées par des hommes (Rosa et al, 1996 ; Bøegh Nielsen, 2002). Cependant, certains auteurs (Ahl, 2006 ; de Bruin et al. 2007) estiment qu'une nouvelle phase dans la recherche sur l'entrepreneuriat féminin est nécessaire afin de générer de nouvelles perspectives et de proposer des modèles positifs. Ce courant de recherche tend à étudier le processus même de l'entrepreneuriat féminin en lien avec les caractéristiques de femmes entrepreneures et leurs motivations à se lancer dans la création d'entreprise. Les recherches s'orientent maintenant sur la compréhension de l'influence du genre sur l'expérience entrepreneuriale des femmes (Brusch, 2002 ; Brusch et al., 2009).

Les études déjà menées (Maysami et Goby, 1999 ; Cornet, Constantidinis et Asandei, 2003) permettent de dresser un profil de la femme -entrepreneure : âge 30-45 ans, issue de classes

moyennes à aisées, aînée de la fratrie, parents déjà entrepreneurs, mariée avec enfants-. Elle bénéficie également du soutien de son époux qui lui-même possède un niveau d'éducation supérieur et occupe une profession de type technique.

Peu d'études ont été entreprises sur l'approche « genrée » des motivations qui peuvent pousser les femmes à se lancer dans la création d'entreprise. Parmi les principaux auteurs répertoriés par Carrier, Julien et Menvielle (2006) ayant étudié les motivations propres aux femmes, nous pouvons citer Belcourt (1990), Buttner et Moore (1997), Mattis (2000), Orhan et Scott (2001), Lambrecht et al. (2003). Or selon Timmons et Spinelli (2003), les motivations individuelles constituent un élément clé de succès de la démarche entrepreneuriale.

En synthèse, la littérature identifie quatre motivations principales à la création d'entreprise.

- Le désir d'indépendance
- La motivation d'ordre financier
- La nécessité (chômage, manque de perspective d'évolution professionnelle, perte d'emploi)
- Motivations d'ordre familial notamment liée à l'articulation entre vie familiale et vie professionnelle.

Kirkwood (2009), à partir des travaux d'Hakim (1989), classe ces facteurs selon la typologie suivante : facteurs *push* et facteurs *pull*, que nous traduisons par facteurs « incitatifs » et facteurs « réactifs ».

Tableau n° 1 : Typologie des motivations entrepreneuriales

	Facteurs <i>pull</i> (incitatifs)	Facteurs <i>push</i> (réactifs)
Désir d'indépendance	x	
Motivations économiques	x	
Motivations d'emploi		x
Motivation d'ordre familial		x

Source : les auteurs d'après Kirkwood (2009)

Les facteurs *push* représentent selon Cornet et Costantidinis (2004) les modes de création relevant de la nécessité, alors que les facteurs *pull* relèvent du désir ou de l'opportunité de créer une entreprise.

Plusieurs auteurs (Cassar, 2007 ; Wilson et al. 2007), cités par Kirkwood (2009) n'identifient pas de différences de genre significative dans la motivation d'entrepreneuriat liée au désir d'indépendance, mais les études comparatives entre les motivations des hommes et des

femmes restent contradictoires (Carrier, Julien et Menvielle, 2006). Les motivations d'emploi ne montrent pas de différence de genre significative, ce qui est assez surprenant, car nombre de femmes créent leur entreprise en réaction à leur confrontation avec le « plafond de verre » qui limite leurs ambitions professionnelles, (Carter and Cannon, 1992) mais les études réalisées entre 1992 et 2003 l'ont été sur un petit nombre de personnes et parfois avec une faible représentativité des femmes dans l'échantillon (Carrier, Julien et Menvielle (2006).

Par ailleurs, Cornet et Constantinidis (2004) considèrent que cette dernière motivation, réaction au « plafond de verre » relèverait plutôt d'une motivation *pull*, à savoir le besoin de reprendre le contrôle de son évolution professionnelle.

En ce qui concerne les motivations d'ordre financier/économique, Clain (2000) a souligné que les femmes accordent moins d'importance à la rémunération et sont plus sensibles aux éléments non monétaires du statut d'entrepreneur². L'auteur conclut à l'instar de Deakins and Whittam (2000) que les femmes, généralement considérées comme des apporteurs de salaires secondaires sont plutôt « poussées » vers l'entrepreneuriat à la différence de leurs homologues masculins. Ce que corroborent les travaux d'Orhan et Scott (2001), et d'Alstete (2003) sur les facteurs *push*. Il semblerait donc que les femmes soient davantage motivées par la nécessité de s'adapter à l'environnement que par un réel désir d'entreprendre. Ceci serait à relier avec l'approche intégrée de l'entrepreneuriat développée par les travaux d'Aldrich et Cliff (2003) ainsi que Brush et al. (2009)

Cependant, parmi les facteurs *pull*, l'étude de Carter et Cannon (1992) fait apparaître que le besoin d'indépendance et la satisfaction de posséder son entreprise représente un facteur de motivation fort, pour les femmes entrepreneurs, tout comme pour les hommes créateurs d'entreprise.

Duchéneaut et Orlan (2000) dans leur ouvrage « Les femmes entrepreneurs en France », identifient deux modes de motivation qui s'apparentent aux facteurs *push* et *pull* : « volonté » et « nécessité ». En croisant motivation et origine de l'idée ou de la compétence professionnelle, les auteurs proposent une typologie des femmes entrepreneurs définis par des verbes : « innover », « accompagner », « rebondir », « poursuivre » (Duchéneaut et Orlan, 2004, p.144)

L'articulation vie familiale –vie professionnelle par contre est considérée comme un facteur de motivation à créer son entreprise plus spécifiquement féminin (Alstete, 2003 ; Orhan et Scott, 2001). C'est le seul des quatre facteurs qui montre une aussi forte différence entre les

²Telle que la flexibilité des temps de travail

femmes et les hommes entrepreneurs ainsi que le soulignent les travaux récents de plusieurs auteurs français (Léger-Jarniou, 2013 ; Naschberger et al. 2013).

Nous fondant sur cette abondante littérature notre recherche a pour objectif de contribuer à la littérature sur les motivations spécifiques des femmes à entreprendre. Nous nous inscrivons dans une approche de type compréhensif selon la typologie de Richer et al. (2007). En nous appuyant sur les travaux de Kirkwood (2009), nous formulons l'hypothèse selon laquelle les facteurs incitatifs (*pull*) sont plus importants que les facteurs réactifs (*push*), pour expliquer la création d'entreprise chez les femmes.

Après une présentation de notre échantillon de femmes entrepreneures, de notre méthodologie de collecte et d'analyse des données, nous discutons nos résultats. Les implications, limites et perspectives de recherche future concluent notre communication.

Méthodologie

Une première phase exploratoire a été réalisée initialement fin 2012 auprès de 6 femmes chefs d'entreprises afin d'affiner notre compréhension des facteurs *pull* et *push* déterminants de la création d'entreprise. Le guide d'entretien contenait 2 questions : (1) les principales raisons de la création de votre entreprise (2) les facteurs *pull* et les facteurs *push*. Cette première étape nous a permis de concevoir un questionnaire tenant compte de ces facteurs, en nous appuyant sur les échelles de mesure repérées dans la littérature.

L'étude quantitative à la suite a pris la forme d'un questionnaire en ligne³ diffusé auprès de réseaux de femmes entrepreneures en France⁴. Le terrain auprès des réseaux nous a permis de recueillir, pour l'instant, 87 questionnaires exploitables de femmes chefs d'entreprise, principalement basées en région parisienne. L'analyse des données a été effectuée à l'aide de Sphinx Plus² V5.

Le questionnaire comprend des questions relatives aux motivations à s'engager dans l'entrepreneuriat, d'après Kirkwood, 2009 et De Bruin et al, 2007. Il est composé de 27 questions dont une est relative aux raisons pour lesquelles les répondantes ont créé leur entreprise, 13 concernent l'entreprise créée et 13 autres les caractéristiques sociodémographiques et l'environnement des répondantes.

³ <https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dExaSURidmRGMm0zLVFWdzQxQi1CZWc6MQ>

⁴ ANDRH, Fondation Agir contre l'exclusion (FACE), Fondation des femmes pour la Méditerranée, Women equity for growth <http://www.women-equity.org>

La question des raisons pour lesquelles les femmes ont créé leur entreprise comporte 30 items, classés en 4 familles de motivations d'après la typologie de Kirkwood (2009) : indépendance, raisons économiques, emploi et famille. (Cf tableau n°2)

Tableau n°2 : Motivations et items correspondants

Motivations	Items
Indépendance	<ul style="list-style-type: none"> • 1.1 Pour être mon propre patron • 1.4 Pour pouvoir choisir mes horaires de travail • 1.5 Pour choisir mon lieu de travail • 1.6 Pour choisir avec qui travailler • 1.7 Pour échapper aux grandes entreprises/institutions • 1.9 Pour relever des défis • 1.11 Pour mieux maîtriser mon avenir • 1.13 Pour maîtriser les risques • 1.20 Pour mon expérience préalable de l'entrepreneuriat • 1.28 Je voulais m'impliquer dans l'aide aux autres
Economique	<ul style="list-style-type: none"> • 1.2 Améliorer ma situation financière • 1.3 Pour que le bénéfice ne revienne qu'à moi • 1.11 Pour mieux maîtriser mon avenir • 1.12 Pour participer à un concept commercial éprouvé • 1.14 Pour l'image de la marque que je représente • 1.17 Pour les faibles coûts de départ • 1.18 Pour l'accessibilité du capital de départ • 1.29 Pour développer une idée innovante
Emploi	<ul style="list-style-type: none"> • 1.5 Pour choisir mon lieu de travail • 1.10 Pour avoir un travail plus satisfaisant • 1.19 Pour la stabilité de l'emploi • 1.22 Parce que j'ai été licenciée • 1.23 Parce que je n'ai pas trouvé un autre emploi • 1.24 Parce j'ai subi de la discrimination dans mon emploi précédent • 1.25 Parce que je n'étais pas satisfaite de mon emploi salarié • 1.26 Par manque de perspectives dans mon dernier emploi
Famille	<ul style="list-style-type: none"> • 1.4 Pour pouvoir choisir mes horaires de travail • 1.5 Pour choisir mon lieu de travail • 1.8 Pour travailler en famille ou avec des amis • 1.21 A cause de mes antécédents familiaux • 1.27 Pour des raisons familiales

Les réponses à cette question ont été traitées de la façon suivante : les entrepreneures ont choisi entre 1 et 11 items. On a alors calculé pour chaque répondante la proportion des items cités qui se rattachent à chaque famille de motivation, ce qui fournit quatre variables quantitatives mesurant l'« orientation motivationnelle » de la répondante vers l'une des catégories de la typologie de Kirkwood (2009). Ces variables ont constitué la base de l'analyse ultérieure des motivations.

Statistiques descriptives : les caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon

Tableau n°3: Les caractéristiques démographiques de l'échantillon

	Nombre d'observations ou de citations	fréquence
Age de l'entrepreneure		
18-39 ans	21	24%
40-49	22	25%
50-59	35	40%
60 ans et plus	9	10%
	87	
Statut marital et familial de l'entrepreneure		
Mariée ou pacsée	47	54%
Nombre d'enfants à charge		
0	26	54%
1	14	29%
2	23	48%
3	9	19%
4	2	4%
	48	
Secteur d'activité de l'entreprise		
Services	60	65%
Industrie	4	4%
Distribution	9	10%
Autre	19	21%
	92	
Chiffre d'affaires annuel de l'entreprise		
Moins de 10000 €	42	49%
100 à 500 000	23	27%
500 000 à 1 million	6	7%
Plus d'un million	15	17%
	86	

Nous observons que notre échantillon tend à se rapprocher sensiblement des données de la population française en termes d'entrepreneuriat féminin⁵. Les femmes de 50-59 ans représentent 40% de notre panel. Les deux tiers ont une activité dans le domaine des services. Pour la moitié de l'effectif, l'entreprise créée enregistre un chiffre d'affaires inférieur à

⁵ http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=9&sous_theme=1

100 000 euros, alors que pour l'autre moitié, le chiffre d'affaires va de 100 000 à 1 million d'euros. Plus de la moitié n'a pas d'enfant.

Résultats et discussion

L'analyse des données s'est fondée sur la typologie de Kirkwood (2009), en réduisant les facteurs à 4 catégories de motivations, selon le terrain exploratoire initial. Nous présentons dans les paragraphes qui suivent les résultats les plus significatifs, à ce stade de l'enquête : les orientations motivationnelles des femmes, leurs profils, les caractéristiques des catégories de motivations ainsi que les 3 facteurs déterminants.

Les orientations motivationnelles des femmes entrepreneures : indépendance avant tout

Les items de la question relative aux raisons d'entreprendre ont été rattachés aux 4 motivations principales. On observe que le désir d'indépendance, facteur incitatif, est le type de motivation dominant. Etre son propre patron, choisir son lieu de travail, ses collaborateurs, maîtriser le risque mais aussi échapper aux grandes entreprises/institutions et relever des défis sont les principaux facteurs de motivation des femmes à entreprendre, au-delà de la valorisation sociale actuelle de l'indépendance féminine.

Tableau n°4 : Distribution des motivations, profil d'ensemble

	Nombre de citations	fréquence
Désir d'Indépendance	241	53%
Motivations Economiques	80	17%
Motivations Emploi	85	19%
Motivations Famille	53	12%
	459	

Tableau mis en forme

Les profils de motivation

Une classification automatique en quatre classes par la méthode des centres mobiles a été faite à partir des quatre variables motivationnelles, et donne les résultats suivants (Tableau n°5).

Cette approche fournit donc quatre catégories regroupant les entrepreneures pour lesquelles le type de motivation correspondant est évoqué avec une proportion supérieure à la moyenne.

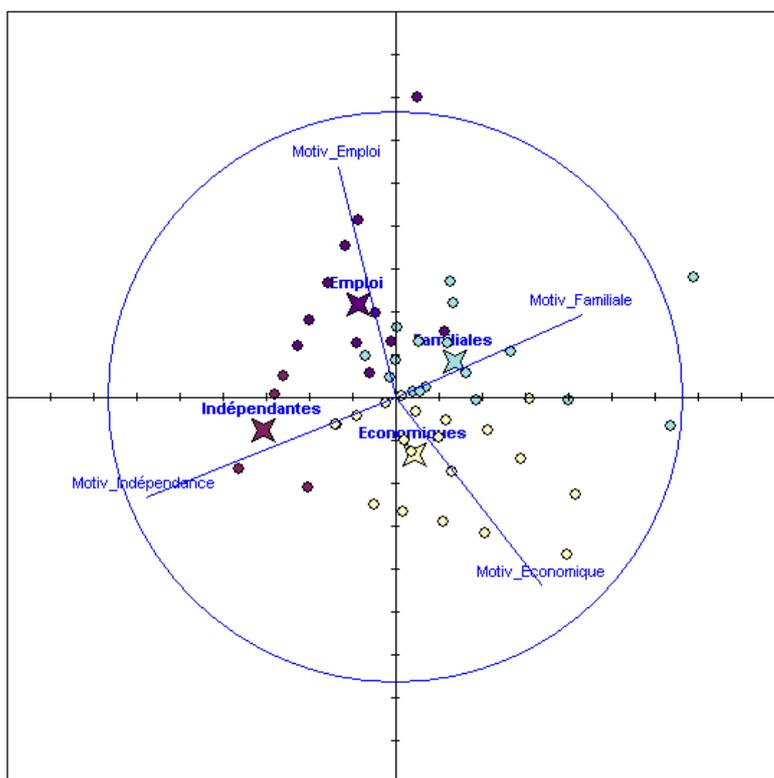
Tableau n°5 : Profils de motivation par classification automatique

Classe	Effectif	%	Distribution. moyenne	Motivations d'indépendance	Motivations Economiques	Motivations d'Emploi	Motivations Familiales
Indépendance	12	13.8%	0.03	0.88	0.01	0.11	0.00
Economique	34	39.1%	0.06	0.51	0.34	0.12	0.04
Famille	26	29.9%	0.08	0.44	0.08	0.13	0.35
Emploi	15	17.2%	0.07	0.46	0.07	0.45	0.02
<i>Ensemble</i>	<i>87</i>	<i>100%</i>		0.53	<i>0.17</i>	<i>0.18</i>	<i>0.12</i>

On observe que la motivation d'indépendance obtient le score le plus élevé $-.88$ par rapport à une moyenne de $.53$, toutes motivations confondues. L'indépendance apparaît nettement comme le déterminant de la création d'entreprise. Dans une moindre mesure, le facteur « emploi » à $.45$ obtient un score plus élevé que la moyenne à $.18$.

Ces catégories peuvent être visualisées sur la carte ACP réalisée à partir des variables motivationnelles.

Figure n°1 : Représentation en composantes principales



70.61% de la variance est expliquée par les deux axes représentés, (Cf annexe sur les données de l'ACP). Le premier axe oppose les motivations d'indépendance aux motivations familiales. Le second axe oppose les motivations économiques aux motivations d'emploi. Les points de la carte représentent les observations, colorées selon leur appartenance à chaque classe de motivation. Les centres de chaque classe sont représentés par les étoiles.

Caractéristiques des catégories de motivation

La catégorie de motivation a été croisée avec les autres variables de l'enquête et quatre liens statistiques significatifs ont pu être mis en évidence. La catégorie de motivation est statistiquement liée :

- A l'âge
- Au diplôme
- Au dernier poste occupé

L'influence déterminante de 3 facteurs

Les tris croisés réalisés entre les 4 catégories de motivations et les 3 variables d'influence sont présentés dans les tableaux n°6, 7 et 8.

L'âge

Tableau n° 6 : Age et motivations

Catégorie de motivation × Age	18 à 39 ans	40 à 49 ans	50 à 59 ans	60 ans et +	TOTAL
Indépendantes	8.3%	<u>33.3%</u>	<u>41.7%</u>	16.7%	100%
Economiques	26.5%	14.7%	50.0%	8.8%	100%
Familiales	38.5%	30.8%	15.4%	15.4%	100%
Emploi	6.7%	33.3%	60.0%	0.0%	100%
TOTAL	24.1%	25.3%	40.2%	10.3%	100%

L'âge et le type de motivation indiquent que les femmes les plus jeunes de notre panel (18-39 ans) sont majoritairement motivées par des considérations familiales (facteur *push*) alors qu'à l'opposé, les 50-59 présentent plutôt des motivations *pull* d'indépendance.

Le niveau de diplôme

Tableau n°7 : Niveau de diplôme et motivations

Catégorie de motivation × Niveau de diplôme	Niveau Lycée	Baccalauréat	Bac+2/Licence	3 ^e cycle=Master ou Doctorat	Ecole d'ingénieurs ou de commerce	Certification Professionnelle	TOTAL
Indépendantes	<u>25.0%</u>	8.3%	0.0%	16.7%	<u>50.0%</u>	0.0%	100%
Economiques	11.8%	5.9%	<u>29.4%</u>	<u>47.1%</u>	<u>2.9%</u>	0.0%	100%
Familiales	3.8%	0.0%	<u>19.2%</u>	<u>50.0%</u>	19.2%	3.8%	100%
Emploi	0.0%	6.7%	20.0%	<u>46.7%</u>	13.3%	6.7%	100%
<i>TOTAL</i>	9.2%	4.6%	20.7%	43.7%	16.1%	2.3%	100%

Seules les indépendantes sont significativement différentes de l'ensemble. Elles se distinguent du profil moyen par une forte proportion de femmes issues d'écoles de commerce et d'ingénieurs, ainsi que de femmes sans diplôme. A ce stade de l'enquête, les profils des « indépendantes » et des « économiques » sont les seuls qui se distinguent du point de vue du niveau de diplôme

Le dernier poste occupé

Tableau n°8 : Dernier poste occupé et motivations

Catégorie de motivation × Dernier poste	Mère au foyer	Salariée	Cadre moyen	Cadre supérieur	Sans emploi	Autre	TOTAL
Indépendantes	0.0%	16.7%	16.7%	41.7%	8.3%	8.3%	100%
Economiques	8.8%	<u>38.2%</u>	<u>11.8%</u>	32.4%	0.0%	5.9%	100%
Familiales-emploi	7.3%	17.1%	<u>34.1%</u>	36.6%	0.0%	0.0%	100%
<i>TOTAL</i>	6.9%	25.3%	23.0%	35.6%	1.1%	3.4%	100%

Les motivations économiques caractérisent les salariées. Les cadres moyens sont nettement sous-représentées.

Tableau n° 9 : Synthèse des résultats

Catégories de motivation	Age	Diplôme	Dernier poste occupé
Indépendantes		Issues majoritairement d'écoles de commerce ou d'ingénieurs (50% contre 16% dans l'ensemble), et pour 25% n'ont pas de diplôme (« niveau lycée », 9% dans l'ensemble	
Economiques			Proportion plus importante d'entrepreneures ayant occupé un dernier poste en tant que salariée (38% contre 25% dans l'ensemble).
Familiales	Proportion plus importante de femmes ayant moins de 40 ans d'âge (39% contre 24% dans l'ensemble).		Considérées ensemble, ces catégories comprennent une proportion plus importante d'entrepreneures ayant occupé un dernier poste en tant que cadre moyen (34% contre 23% dans l'ensemble).
Emploi	Très majoritairement, femmes entre 40 et 59 ans (93.3% contre 65.5% dans l'ensemble		

La synthèse de nos résultats nous permet de constater l'influence des facteurs sociodémographiques sur le type de motivation à entreprendre.

L'indépendance serait fonction du niveau de diplôme. Paradoxalement ce sont les femmes n'ayant pas fait d'études, et celles ayant fait de longues études en école de commerce ou en école d'ingénieurs qui sont le plus motivées par l'indépendance. A notre connaissance, aucune recherche dans la littérature n'établit ce lien. Aussi ce résultat est une contribution de notre recherche, qui reste à confirmer. A ce stade, nous pensons que les femmes « pragmatiques », niveau Bac ou grandes écoles peuvent se rejoindre sur l'aspiration à agir, à réaliser une activité concrète, à entreprendre.

Le résultat concernant l'influence du dernier poste occupé sur le type de motivation à entreprendre n'a pas été repéré dans des travaux de recherche antérieurs. Notre contribution

majeure, cherchant à mesurer les typologies de motivations nous a permis de dégager l'influence déterminante du dernier emploi occupé sur ces 3 types de motivations et plus particulièrement chez les femmes ayant une motivation d'ordre économique. Notre hypothèse initiale selon laquelle les femmes entreprennent majoritairement pour des motivations *pull*, indépendance et financières serait vérifiée.

En ce qui concerne les motivations économiques, nos résultats s'accordent avec Clain (2000) qui a souligné que les femmes accordent moins d'importance à la rémunération et sont plus sensibles aux éléments non monétaires du statut d'entrepreneur⁶. L'auteur conclut que les femmes, généralement considérées comme des apporteurs de salaires secondaires sont plutôt « poussées » vers l'entrepreneuriat à la différence de leurs homologues masculins.

Alors que les motivations d'emploi ne montrent pas de différence de genre significative⁷, l'articulation vie familiale –vie professionnelle est un facteur de motivation à créer son entreprise plus spécifiquement féminin.

La contribution théorique majeure de cette recherche est donc de compléter les travaux antérieurs sur les types de motivation à entreprendre par le profil et le parcours professionnels des entrepreneures.

Notre contribution managériale principale est de mettre en évidence la nécessité de gérer les projets d'entrepreneuriat par des dispositifs de gestion des ressources humaines tenant compte des parcours professionnels des futures entrepreneures.

La limite principale de cette recherche tient à l'échantillon, pour l'instant réduit bien que représentatif de la population des femmes entrepreneures. L'enquête en ligne reste « ouverte » et nous collectons en continu de nouveaux questionnaires. Le développement de liens avec des réseaux européens, nous permettra de présenter dans quelques mois des résultats plus consolidés, notamment avec l'enquête internationale comparée avec les Etats Unis et l'Australie. L'hypothèse principale à tester formule que la variable « pays » n'a qu'une incidence limitée sur les motivations des femmes, dans le monde.

⁶Telle que la flexibilité des temps de travail

⁷ Ce qui est assez surprenant, car nombre de femmes créent leur entreprise en réaction à leur confrontation avec le « plafond de verre » qui limite leurs ambitions professionnelles

Bibliographie

- Ahl HJ, (2006), Why research on women entrepreneurs needs new directions, *Entrepreneurship Theory and Practices*, 30, (5), pp.595-621.
- Aldrich, H., et Cliff J., The pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: toward a Family Embeddedness Perspective, *Journal of Business Venturing*, 18,(5) pp.573-596
- Alstete J., (2003), On becoming an Entrepreneur: an evolving typology, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 8 (4), pp.222-234.
- Bel G, (2009), *L'entrepreneuriat au féminin*, Communication du Conseil économique, social et environnemental, 22 septembre.
- Bøegh Nielsen, P. (2002), "Statistics on New Enterprises, Entrepreneurs and Survival of Start-Ups: The Danish Experience", *OECD Science, Technology and Industry*.
- Bruin, A. de; Brush, C. & Welter, F. (2007), 'Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship', *Entrepreneurship theory and practice* **31**(3), pp.323-339.
- Brush, C.G, Bruin, A., de, & Welter, F. (2009), A gender-aware framework for women's entrepreneurship, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), pp.8-24.
- Carrier, C. Julien P.A., & Menvielle, W., (2006), « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années », *Gestion* **31**(2), pp.36-50.
- Carrington, C., (2006), L'entrepreneuriat au féminin, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19 (2), pp.95-106.
- Carter, N. M., & Allen, K. R. (1997), Size-determinants of women-owned businesses: Choice or barriers to resources, *Entrepreneurship and Regional Development*, 9 (3), pp.211-220.
- Carter, S., et Cannon T. (1992), *Women as Entrepreneurs*, Academic Press, London
- Cassar, G. (2007), "Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth, *Entrepreneurship: an International Journal*, 19, (1), pp.89-107.
- Chabeaud D., et Lebegue, T., (2013), Femmes Dirigeantes en PME : Bilan et Perspectives, *Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme*, (7), pp.43-60.
- Clain, S. (2000), "Gender differences in full-time self-employment", *Journal of Economics and Business*, 52, pp.245-248.
- Cornet, A., et Constantinidis, C., (2004), Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées, *Revue Française de Gestion*, 30 (151), pp.127-143.

- Cornet, A., Constantinidis, C. et Asendei, S. (2003), *Les femmes entrepreneurs face à la formation, au financement et aux réseaux*, Recherche quantitative : rapport national (Belgique), Projet Diane, financé par le Fonds Social Européen, projet Equal.
- Deakins, D., et Whittam G.(2000), *Business Start-up: Theory, Practice and Policy*, in Carter S., et Jones-Evans D.,(eds), *Enterprise and Small Business : Principles, Practice and Policy*, Financial Time Prentice Hall, London.
- Duchéneaut, B., et Orhan,M. (2000), *Les femmes entrepreneurs en France*, Edition Seli Aslan
- Hugues K., Jennings,J., Bruschi C., Carter S. & Welter F. (2012), Extending Women Entrepreneurship Research in New Directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (3), pp.429-442.
- Kirkwood, J.,(2009),”Motivations factors in a push-pull theory of entrepreneurship”, *Gender in Management : an international Journal*, 24, (5), pp. 346-364.
- Lambrecht J., Pirnay, F., Amedodji, P., Aouni, Z. (2003), *Entrepreneuriat Féminin en Wallonie*, Centre de Recherche PME et Entrepreneuriat – Université de Liège et Centre d’Etudes pour l’Entrepreneuriat EHSAL.
- Léger-Jarniou, C., (2013), Femmes Entrepreneurs et forte croissance: est-ce possible ? 8ème Congrès de l’Académie de L’Entrepreneuriat et de l’Innovation, L’Ecosystème entrepreneurial : Quels enjeux pour l’entrepreneur ? Haute Ecole de Gestion (HEG) Fribourg
- Mattis, M.C, (2000),“ Women Entrepreneurs in the United States”, in Davidson M.J., Burke R.J.(dir), *Women in Management: Current Research Issues*, Sage, pp.53-68.
- Maysami, R. C., & Goby, V. P. (1999). Female business owners in Singapore and elsewhere: A review of studies. *Journal of Small Business Management*, 37(2), pp.96-105.
- Naschberger, C., Quental C., et Legrand, C. (2013), La recherche de l’équilibre vie familiale vie professionnelle : les cadres hommes et femmes ne sont pas toujours égaux face à cette problématique ? 1^{ère} Journée du Management Responsable, Tours
- Orhan, M. & Scott, D. (2001), “Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model“, *Women in Management Review* 16(5), pp.232-247.
- Rosa, P., Carter, S., & Hamilton, D.(1996). “Gender as a determinant of small business Performance.: Insight from a British Study “, *Small Business Economics*, 8 (4), pp.463-478
- Richer, F., St Cyr, L., & Baudoin, N. (2007), *L’entrepreneuriat féminin au Québec*, Les Presses de l’Université de Montréal, Montréal.
- Timmons J., et Spinelli, S. (2003), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, 6th Ed., Mc Graw Hill, Singapore.

Annexe

Analyse en composantes principales

Motiv_Indépendance, Motiv_Economique, Motiv_Emploi, Motiv_Familiale

Matrice des corrélations

	C1	C2	C3	C4
C1 : Motiv_Indépendance	1.000			
C2 : Motiv_Economique	-0.400	1.000		
C3 : Motiv_Emploi	-0.283	-0.348	1.000	
C4 : Motiv_Familiale	-0.457	-0.230	-0.270	1.000

Variance expliquée par les composantes

	f1	f2	f3	f4
Valeur propre	1.515	1.310	1.174	0.000
% expliqué	37.882%	32.752%	29.356%	0.009%
% cumulé	37.882%	70.635%	99.991%	100.000%

Coordonnées des variables

	f1	f2	f3	f4
Motiv_Indépendance	0.869	-0.358	0.342	0.010
Motiv_Economique	-0.537	-0.672	-0.510	0.009
Motiv_Emploi	0.226	0.780	-0.583	0.009
Motiv_Familiale	-0.650	0.347	0.676	0.009

Contributions des variables

	f1	f2	f3	f4
Motiv_Indépendance	49.784%	9.796%	9.979%	30.441%
Motiv_Economique	18.998%	34.511%	22.135%	24.357%
Motiv_Emploi	3.361%	46.481%	28.960%	21.199%
Motiv_Familiale	27.858%	9.213%	38.926%	24.004%

Modalités de la variable illustrative						
CLASSSAUTO3	coord(1)	cos ² (1)		coord(2)	cos ² (2)	
Indép	1.813	0.844	-	-0.415	0.044	-
Eco-indép	-0.245	0.057	-	-0.824	0.640	-
Emploi-famille	-0.388	0.137	-	0.922	0.775	-