

RAPPORT

ETUDE DES MERES ENTREPRENEURES AU PAYS BASQUE

Rédigé par :
Aude d'Andria et Inés Gabarret

Finalisé le 28 août 2020

Remerciements

Les auteures de ce rapport remercient très sincèrement l'Association Andere Nahia pour son accueil et sa confiance lors de la réalisation de ce projet d'étude sur les mères entrepreneures du Pays Basque.

Elles remercient tout particulièrement Linda RIEU qui a été leur interlocutrice principale dès les premiers échanges qui ont débuté en avril 2019 et qui ont permis de définir ensemble les objectifs de la présente étude. Le soin qu'elle a porté à la préparation et pendant l'enquête, son suivi attentif tout au long du projet ont été des aides précieuses pour la réalisation de l'étude.

Les auteures remercient également Marie Pierre ARRIETA ainsi que les membres du bureau de l'Association Andere Nahia pour leur dynamisme communicatif et leur passion à accompagner des femmes pour prendre confiance et oser l'aventure de l'entrepreneuriat.

Enfin, les auteures remercient très chaleureusement toutes les femmes qui ont participé à l'étude pour la richesse des échanges qu'elles ont partagés avec simplicité, profondeur et confiance.

Ecoute et bienveillance, partage des expériences et mutualisation des compétences ne sont pas de vains mots mais bien la réalité de l'Association Andere Nahia.

Merci à toutes, vous êtes toutes des entrepreneures formidables !

Sommaire

REMERCIEMENTS	p.02
EDITO	p.05
LES AUTEURS DE L'ETUDES	p.07
I- FONDEMENTS THEORIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ ET CONTEXTE INSTITUTIONNEL	p.08
1. PRINCIPAUX REPERES THEORIQUES SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ	p.09
1.1 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat féminin	p.09
1.2 Les motivations des femmes pour la création d'entreprise	p.11
1.3 Typologie indicative des profils et motivations entrepreneuriales des femmes	p.13
2. PRINCIPAUX CHIFFRES SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ	p.17
2.1 Quelques chiffres clés de l'entrepreneuriat féminin à l'international	p.17
2.2 L'entrepreneuriat féminin aujourd'hui en France	p.20
3. FOCUS SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN REGION NOUVELLE AQUITAINE	p.22
II- METHODOLOGIE DE L'ETUDE	p.25
1. DEMARCHE METHODOLOGIQUE ET COLLECTE DE DONNEES	p.26
2. METHODE D'ANALYSE DE DONNEES	p.28
III- RESULTATS DE L'ETUDE SUR LES MERES ENTREPRENEURES AU PAYS BASQUE	p.29
1. ANALYSE DESCRIPTIVE DE L'ECHANTILLON	p.30
1.1 Caractéristiques des femmes entrepreneures	p.30
1.2 Caractéristiques des entreprises créées ou en cours de création	p.37
2. ANALYSE DES PROBLEMATIQUES LIEES A LA MERE ENTREPRENEURE	p.42
2.1 Les facteurs de motivation à la création	p.42
2.2 Les <i>role models</i> et la place du conjoint	p.45

2.3 L'intention de croissance	p.48
3. ANALYSE DE L'ECOSYSTEME ENTREPRENEURIAL	p.52
3.1 L'impact culturel et les freins à la création	p.52
3.2 La garde des enfants	p.56
3.3 L'accompagnement à la création	p.61
CONCLUSION	p.64
REFERENCES	p.69
Annexe 1 : Supports de communication pour l'appel à venir témoigner à l'initiative de l'Association Andere Nahia	p.71
Annexe 2 : Codes des Concepts et dimensions (Extraits)	p.74
Annexe 3 : Synthèse des éléments descriptifs des entrepreneures de l'étude	p.76

EDITO

Bien que les gouvernements et les institutions internationales reconnaissent depuis longtemps l'importance du rôle des femmes pour le progrès économique et sociétal d'un pays, leur participation à des postes de direction d'entreprises et dans l'entrepreneuriat n'est pas à la hauteur des enjeux et demeure relativement faible. Pour aider les femmes, mais également les décideurs et les responsables à la mise en œuvre de politiques véritablement efficaces dans l'accompagnement vers la création d'entreprises, il faut pouvoir disposer d'informations appropriées sur la meilleure façon de servir les femmes chefs d'entreprise. Or, **savoir ce dont les femmes entrepreneures ont réellement besoin reste une question primordiale encore loin d'être partagée par toutes et tous.**

Le Pays Basque a bien compris le message et cherche activement à développer la création d'entreprises féminines ainsi que leur croissance. Avec l'ensemble des différentes institutions, structures et organismes présents dans la région, l'association Andere Nahia coopère activement en participant au déploiement de plans et de politiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin au Pays Basque. Pour cela, elle mène des campagnes de sensibilisation et d'information en direction des femmes porteuses de projet afin de promouvoir des actions « pour passer de l'égalité des droits à l'égalité dans les faits ».

Créée en 2001, l'association Andere Nahia, « volonté de femme » en langue basque, a pour vocation d'accompagner les femmes dans la création d'une activité indépendante. Elle se définit comme ayant été créée par des femmes pour des femmes et base son activité sur la bienveillance, le partage des expériences et la mutualisation des compétences.

L'association s'inscrit dans les valeurs de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) et de la culture du Pays Basque. Rayonnant principalement dans le Pays Basque français avec le pôle territorial d'Errobi, ses actions en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin s'étendent sur tout le territoire Sud Nouvelle Aquitaine et visent également le territoire transfrontalier du Pays Basque espagnol. Depuis dix ans, l'association est en contact avec la fédération Sartu et l'association Aspegi. S'appuyant sur les fondements de l'ESS, l'association Andere Nahia soutient et accompagne des femmes qui ont un projet entrepreneurial d'auto-emploi ou de création d'une petite entreprise avec un objectif de développement local.

Depuis 2018, l'association Andere Nahia s'est vu confier, par la Communauté d'Agglomération du pays Basque, la gestion d'un espace de coworking (HABIA ou « cocon » en langue basque) sur la commune d'Ixassou. En plus de l'utilisation des lieux, elle y propose des zones d'échanges collectifs et individuels et contribue ainsi à compléter les offres des structures conventionnelles qui se concentrent avant tout sur les aspects juridiques et administratifs. Les femmes y trouvent un accompagnement personnalisé pour discuter de leurs projets de création et participent, si elles le

souhaitent, à des ateliers thématiques liés à l'entrepreneuriat et à des groupes d'entraide et d'échanges d'expériences pratiques.

D'après les données internes de l'association (2017-2018), le profil type des femmes accompagnées par Andere Nahia est une femme de 40 ans, avec 2 enfants et un projet d'activité indépendante. La création d'entreprise s'oriente principalement vers des activités commerciales, d'artisanat, de professions libérales ou associatives.

La moitié des femmes rejoignent l'association sur les conseils d'une adhérente et l'autre moitié par le biais d'un conseiller de Pôle Emploi ou d'autres acteurs socio-économiques. Selon les données, il ressort qu'un peu plus de la moitié de ces femmes sont en couple (56%), et 39% ont des enfants ; un peu moins de la moitié vivent seules (44%) avec des enfants (21%) ou sans ; moins de la moitié sont inscrites à Pôle Emploi (40%) et un quart (25%) sont indemnisées par Pôle Emploi.

L'association Andere Nahia développe également de nouvelles thématiques et offre des services associés pour poursuivre son action dans l'accompagnement des femmes vers l'autonomie financière grâce à l'entrepreneuriat. Parmi les différentes thématiques explorées, celle visant à apporter une réponse pertinente et adaptée à l'accueil des enfants des mères entrepreneures a émergé courant 2018. Compte tenu de la complexité d'une telle problématique, l'association Andere Nahia a initié plusieurs démarches sur le sujet. D'une part, en prenant contact avec les différents acteurs du monde de la petite enfance du département et plus particulièrement sur le territoire Errobi, et d'autre part, en organisant auprès de ses adhérentes une journée intitulée « La Foire aux Projets » (13/12/2018). Lors de cette journée, une table ronde consacrée aux modes d'accueil des enfants et aux besoins des entrepreneures a été réalisée. Les différents échanges ont permis de conforter l'idée de la difficulté de créer son entreprise et de fonder une famille en même temps. Cette problématique s'intégrant directement dans le cœur de métier de l'association, il a été alors décidé qu'une étude en profondeur devait être menée afin de mieux définir les besoins des mères entrepreneures sur le territoire de la communauté d'Agglomération Pays Basque.

Le rapport qui suit est le fruit de cette réflexion.

LES AUTEURES DE L'ETUDE

Mesdames Aude d'Andria et Inés Gabarret sont reconnues pour leurs travaux et productions scientifiques déjà menés sur les femmes entrepreneures. Ensemble, elles développent des recherches sur cette thématique depuis plusieurs années, en produisant d'importants articles scientifiques publiés dans des revues reconnues internationalement. Elles participent régulièrement à des présentations en conférences internationales.



Aude d'Andria, Docteur en sciences de gestion, est Maître de Conférences à l'Université d'Evry et Habilitée à Diriger des Recherches depuis 2013.

Depuis 10 ans, ses recherches portent sur les problématiques d'entrepreneuriat féminin, et notamment sur le « mampreneuriat » ou entrepreneuriat des mères entrepreneures, thématique qu'elle a contribué à faire émerger en recherche par des publications académiques.



Inés Gabarret est Docteur en Sciences de Gestion, avec une spécialisation en Entrepreneuriat et Habilitée à Diriger des Recherches depuis 2016. Ses recherches portent notamment sur la motivation entrepreneuriale des femmes et l'accompagnement à la création en entrepreneuriat social.

Forte d'une expérience internationale en tant que dirigeant pour des grands groupes multinationaux, elle a travaillé plusieurs années au Brésil et en Argentine avant de rejoindre la France en 2004. Dans son parcours, elle a aussi été créatrice d'entreprises, ceci lui permet d'allier la théorie à la pratique dans ses enseignements et sa recherche.

I- FONDEMENTS THEORIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ ET CONTEXTE INSTITUTIONNEL

L'entrepreneuriat féminin est une question majeure ayant des conséquences économiques, sociales et politiques importantes et contribue à éclairer non seulement la place des femmes dans les entreprises mais aussi dans la société.

Toute femme qui crée, organise et dirige une entreprise est une femme entrepreneure.

Le nombre croissant de femmes entrepreneures apporte un réel dynamisme dans toutes les économies du monde.

Bien que les femmes participent largement, par l'ensemble de leurs activités, à la croissance et au développement économique, leur travail est souvent considéré comme secondaire, subordonné au travail des hommes, voire dans certain cas « invisible ». Une des raisons est sans doute la conséquence de la pression des logiques domestiques qui pousse à la dévaluation des activités productives des femmes.

La première partie de ce rapport présente succinctement les fondements théoriques de l'entrepreneuriat féminin et les éléments de contexte institutionnel pour l'étude qui a été menée sur les mères entrepreneures du Pays Basque. Elle s'articule autour d'un état des lieux des principaux repères théoriques sur l'entrepreneuriat féminin (1), puis des principaux chiffres clés sur l'entrepreneuriat féminin (2), et enfin d'un focus sur l'entrepreneuriat féminin en Région Nouvelle-Aquitaine (3).

1. PRINCIPAUX REPERES THEORIQUES SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ

L'objectif de la première partie de ce rapport est de dresser un état de lieu, non exhaustif, des principaux repères théoriques sur l'entrepreneuriat féminin qui viennent en support de l'étude qui a été menée.

1.1 Les approches théoriques de l'entrepreneuriat féminin

Les premières recherches sur l'entrepreneuriat féminin datent de la fin des années 70 et du début des années 80.

Néanmoins, les premières études se sont appuyées sur **des mythes et des stéréotypes**. Le tout premier mythe a été de considérer l'entrepreneuriat comme une activité masculine (Stevenson, 1990 ; de Bruin et al., 2006 ; Verduijn et Essers, 2013).

Par la suite, huit autres mythes ou stéréotypes, repérés par Brush et al. (2001), se sont largement diffusés auprès des pouvoirs publics et des décideurs, des organismes institutionnels, souvent financeurs, et des femmes porteuses de projet elles-mêmes.

De ces représentations, il ressort que les femmes : (1) ne veulent pas posséder des entreprises à forte croissance ; (2) n'ont pas les bons référents éducatifs antérieurs ni (3) les bons types d'expériences nécessaires pour construire de grandes entreprises ; (4) n'ont pas les bons réseaux et liens sociaux pour construire des entreprises crédibles ; (5) ne disposent pas de ressources financières suffisantes pour lancer des entreprises à forte croissance ; (6) ne présentent pas de business plan, (7) se concentrent dans les secteurs non attractifs et (8) ne représentent pas une force pour les capital-risqueurs.

Or, les start-ups dirigées par des femmes ont également un potentiel économique important. Une étude de 2018 du Boston Consulting Group montre que les entreprises dirigées par des femmes produisent des revenus plus élevés que les entreprises dont la direction et le management sont masculins, alors qu'elles reçoivent beaucoup moins de fonds issus du capital-risque (Budde-Sung et al., 2019). Il est nécessaire de se poser la question de ce déficit de fond privé. Pourquoi les femmes, qui représentent un meilleur pari que les hommes dans les entreprises entrepreneuriales, ne reçoivent-elles pas plus de fonds de capital-risque ? Si les préjugés sexistes dans le capital-risque sont largement documentés, la tendance est également à un moindre soutien aux entreprises dirigées par des femmes dans l'économie formelle.

En d'autres termes, comment expliquer que les femmes, moins soutenues financièrement pour monter leurs projets, arrivent à mener des initiatives entrepreneuriales dans des domaines différents que leurs homologues masculins et parviennent à réussir ?

C'est sans aucun doute parce qu'une réalité autre existe mais reste encore mal comprise face à la diversité des situations des entrepreneures ou des dirigeantes.

Aussi, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin ont-elles évolué sur ces 30 dernières années.

Schématiquement, trois périodes apparaissent.

1- De la fin des années 70 au début des années 90, les chercheurs ont étudié l'entrepreneuriat féminin par comparaison pour mettre en lumière les différences (et parfois des similitudes) entre les entreprises créées par des femmes et celles par des hommes.

2- A partir des années 90, un cadre théorique a émergé sur les bases des théories féministes qui dénonçaient les inégalités entre les sexes. Les chercheurs ont commencé à considérer que l'activité entrepreneuriale ne varie pas selon le sexe (Buttner et Moore, 1997) et le concept de genre est alors mobilisé pour explorer et expliquer le comportement entrepreneurial des femmes.

3- Depuis les années 2000, les recherches se focalisent moins sur les similitudes ou les différences entre hommes et femmes entrepreneurs mais vers une meilleure compréhension des facteurs qui les produisent en tenant compte des contextes dans lesquelles les femmes entreprennent (Kirkwood, 2009 ; Jennings et Brush, 2013).

Aujourd'hui, un nombre important d'articles de recherches, de livres et de conférences spécifiques s'accordent sur **l'entrepreneuriat féminin selon quatre aspects principaux** (Jennings et Brush, 2013). L'entrepreneuriat féminin est : **(1) un phénomène genré ; (2) intégré dans un environnement familial ; (3) motivé par de la nécessité ou de l'opportunité ; (4) avec une recherche d'objectifs qui ne sont pas seulement économiques.**

Alors oui, de plus en plus d'entrepreneures créent et développent leurs entreprises ; elles créent des emplois et sont souvent à l'origine de nouvelles pratiques en matière de conduite des affaires. Porteuses d'innovations et de solutions nouvelles, elles aident à construire des écosystèmes entrepreneuriaux plus égalitaires et participent à l'avancée de l'égalité entre les sexes.

1.2 Les motivations des femmes pour la création d'entreprise

Les motivations de création d'entreprise pour les femmes comme pour les hommes sont très diverses. Traditionnellement, la littérature entrepreneuriale considère la création d'entreprise comme choisie ou imposée.

L'approche des motivations dite «Push and Pull», développée à l'origine par Shapero (1975) et Vesper (1980), permet d'expliquer deux principales raisons pour lesquelles un individu crée sa propre entreprise.

Les motivations « push » sont celles qui permettent de comprendre pourquoi un individu est « poussé » vers une création d'entreprise pour faire face à une situation d'emploi qu'il perçoit comme négative ou insatisfaisante comme être sans emploi, avoir besoin de revenus, manquer de perspectives d'évolution professionnelle...

Les motivations « pull » sont celles qui permettent de comprendre pourquoi un individu est « tiré » vers la création d'entreprise pour saisir une opportunité d'affaires attrayante, devenir indépendant, être son propre patron, construire un projet... facteurs considérés comme positifs.

Dans les situations où l'entrepreneuriat est considéré comme « subi » avec des motivations « push », l'entrepreneuriat est alors appelé **entrepreneuriat « par nécessité »**. Dans les situations où l'entrepreneuriat est considéré comme « choisi » avec des motivations « pull », l'entrepreneuriat est alors appelé **entrepreneuriat « par opportunité »** (Reynolds *et al.*, 2002).

Dans les faits, les motivations entrepreneuriales sont loin d'être univoques et les dimensions, qui s'y rattachent, exclusives les unes des autres (Gabarret et Vedel, 2015). Par exemple, le désir d'indépendance peut attirer un individu vers l'entrepreneuriat (motivation *pull*), mais, en même temps, ce désir d'indépendance peut venir également d'un manque d'autonomie dans l'emploi précédent le poussant alors vers la création d'entreprise (motivation *push*). De même, l'insatisfaction au travail (facteur négatif) peut également être considérée comme la volonté de recherche d'une meilleure satisfaction (facteur positif).

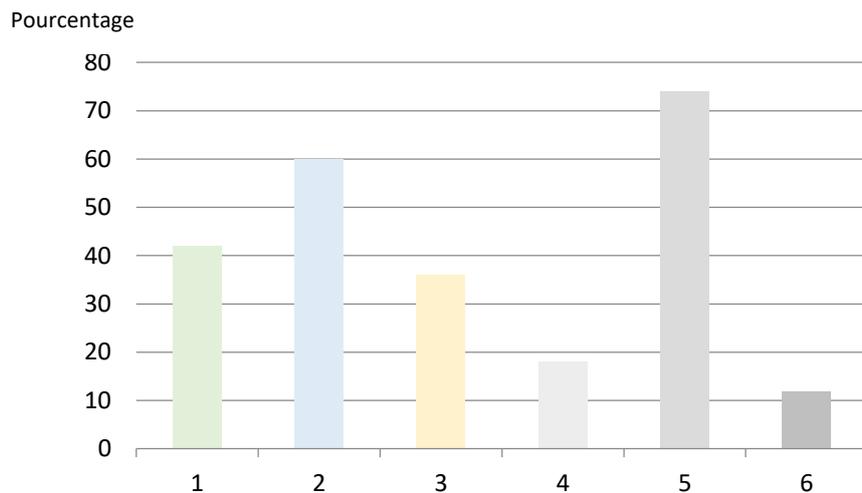
Concernant les motivations entrepreneuriales des femmes, les recherches montrent certes des facteurs positifs, tels que : le désir de relever un défi, de vivre dans un environnement agréable de travail, d'être indépendante, de contrôler sa destinée, de donner du sens à son travail... auxquels s'ajoute de façon prégnante, le facteur d'équilibre entre la famille et le travail (Buttner et Moore, 1997 ; Hughes, 2003, 2006 ; Kirkwook, 2009, Humbert et Drew, 2010). Elles recherchent donc plus un équilibre entre leurs vies personnelles, familiales et professionnelles, voire une contribution sociétale en plus des motifs économiques. Pour autant, cette perspective ne serait pas complète sans intégrer également les difficultés que rencontrent les femmes au niveau socio-économique. Sans surprise, « un détour » par la réalité du marché du travail et du statut des femmes salariées, auquel il peut être ajouté un plafond de verre pour les plus

qualifiées, sont également des moteurs de l'entrepreneuriat féminin (Cornet et Constantinidis, 2004).

Pour toutes ces raisons, les motivations des femmes à monter leur propre affaire sont donc le résultat d'interactions entre des raisons personnelles, des circonstances particulières et un contexte plus ou moins favorable.

Dès lors, **les motivations entrepreneuriales des femmes** doivent plutôt être recherchées à partir de **cinq dimensions** : **(1) la nécessité de créer son propre emploi face à un manque de travail, (2) la volonté de saisir une opportunité d'affaires, (3) la recherche d'un travail satisfaisant ; (4) le désir d'indépendance et d'autonomie ; et (5) la conciliation entre leur vie professionnelle et leur vie familiale** en laissant aux entrepreneures le choix de l'assemblage de leurs facteurs de motivation qui leur correspondent le plus (Gabarret et Vedel, 2015, d'Andria et Gabarret, 2017). Chacune de ces dimensions peut être considérée aussi bien comme « positive » que « négative » (Figure 1).

Figure 1 : Principales raisons pour entreprendre



- 1- Opportunité entrepreneuriale / marché
- 2- Volonté d'être son propre patron
- 3- Désir d'un meilleur équilibre travail / vie personnelle
- 4- Recherche d'une meilleure satisfaction financière
- 5- Possibilité de travailler de manière plus créative / innovante
- 6- Autre

d'Andria et Gabarret (2017), adapté de www.womenweb.in

1.3 Typologie indicative des profils et motivations entrepreneuriales des femmes

La multiplicité des profils de femmes qui entreprennent est à l'image des situations professionnelles, personnelles et familiales qu'elles rencontrent. Les femmes ont des parcours différents et leurs projets entrepreneuriaux sont également différents. Cette variété est la conséquence de leurs histoires personnelles, de leurs aspirations et des environnements dans lesquels elles développent leur entreprise.

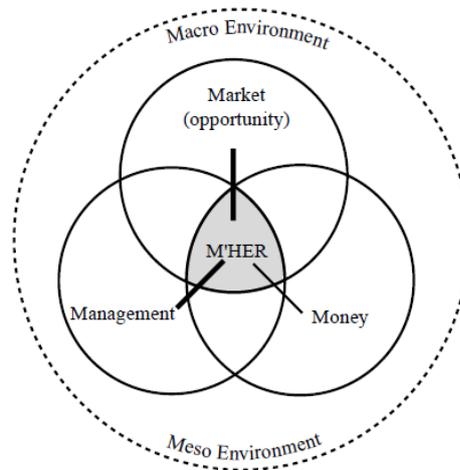
Leurs motivations à entreprendre, les types d'entreprise qu'elles créent et leur situation de famille – quand elles en ont une – ne sont pas indépendants. Si le système familial affecte souvent la création d'entreprise, la réciproque est également vraie. Les entrepreneures doivent alors arbitrer, chaque fois qu'elles le peuvent, entre les différentes sphères de leurs activités. Certaines d'entre elles les séparent tandis que d'autres les intègrent complètement.

Bien que non niée dans les recherches en entrepreneuriat féminin, la prise en compte de la maternité dans les motivations entrepreneuriales a été en quelque sorte cachée dans celles de l'arbitrage ou de la recherche d'un équilibre entre le travail et la famille. Grâce au concept d'encastrement social ou d'enchâssement (« embeddedness » en anglais), **la recherche en entrepreneuriat féminin s'est dotée d'un modèle général, le modèle en 5 M, qui intègre les différentes dimensions qui impactent le projet entrepreneurial des femmes** (Brush et al., 2009).

Ce modèle s'appuie tout d'abord sur les trois dimensions principales considérées comme les fondements de la création d'entreprise : **le marché (Market), l'argent (Money) et la gestion de l'entreprise (Management)**. Le marché correspond à l'accès aux affaires et, lors de la création d'une nouvelle entreprise, à l'accès à des opportunités ; l'argent renvoie à l'accès et à la disponibilité du capital financier ; et le management se rapporte au capital humain et à l'organisation (Ettl et Welter, 2010). Deux dimensions supplémentaires sont ajoutées dans le modèle général : la maternité et le méso/macro environnement, qui ont un impact majeur sur l'activité entrepreneuriale des femmes.

Placée au centre du modèle général, la dimension de **la maternité** est définie comme une métaphore du contexte ménage/famille. La prise en compte de cette dimension positionne l'entrepreneure comme « membre du collectif » dans la fonction de maximisation de l'utilité conjointe du ménage. Enfin, la dimension **méso/macro de l'environnement** qui entoure l'ensemble des autres dimensions permet d'associer les enjeux et les contraintes qui vont au-delà du marché, telles que les attentes de la société et les normes culturelles (au niveau macro) et celles des institutions intermédiaires et régionales (au niveau méso) (Figure 2).

Figure 2 : Le modèle des 5 M de l'entrepreneuriat féminin



Brush et al. (2009: 9)

Parmi les nombreuses typologies qui existent, nous retenons la **typologie des motivations avec trois idéaux-types** (d'Andria et Gabarret, 2016).

Profil de type 1 : les femmes qui entreprennent par nécessité

Les femmes qui entreprennent par nécessité créent des entreprises principalement pour des raisons économiques. Leurs principales motivations reposent sur des facteurs push tels que : vouloir assurer leurs besoins fondamentaux de subsistance, résoudre leur problème de chômage, ou surmonter une marginalisation ou une discrimination. Or, partout dans le monde, les femmes ont plus d'obstacles à l'emploi que les hommes. Dernières à être embauchées, elles sont souvent les premières à être licenciées. Très souvent reléguées aux activités du foyer, les femmes sont contraintes de créer leur entreprise en raison d'un manque d'emploi ou d'un emploi pour lequel la rémunération n'est souvent pas suffisante pour assurer leur survie ou celle de leur groupe familial.

Si les études montrent que l'entrepreneuriat féminin de subsistance est plus fréquent dans les pays à faibles revenus et avec des taux de natalité élevés, elles mettent également en relief que les femmes qui entreprennent ont trouvé le moyen d'entrer dans l'économie locale. Leur nombre croissant serait même un indicateur pertinent de la transformation sociale et économique de certains pays (Ascher, 2012). Il ne faudrait cependant pas réserver l'entrepreneuriat de nécessité seulement aux femmes des pays en développement. Il existe aussi dans les pays dits développés. Coughlin et Thomas (2002) l'expliquent comme une conséquence des divorces, des familles monoparentales et des nombreuses restructurations qui ont conduit à la suppression des emplois destinés aux femmes. Autrement dit, la responsabilité de la subsistance de la famille dont elles ont la charge pousse les femmes à l'entrepreneuriat, quelles que soient leurs origines géographiques.

Profil de type 2 : les femmes qui choisissent une carrière entrepreneuriale

Les entrepreneures qui choisissent une carrière entrepreneuriale créent des entreprises principalement par désir d'épanouissement personnel ou professionnel. Leurs principales motivations reposent sur des facteurs pull tels que : vouloir relever un défi, rechercher leur indépendance, gagner en autonomie, exploiter une opportunité de marché, se réaliser, exprimer leur créativité... Ces facteurs plus subjectifs sont perçus comme positifs même si des raisons peuvent être liées à l'insatisfaction au travail, plafond de verre inclus.

Certaines de ces femmes choisissent l'entrepreneuriat directement comme une carrière, en créant des entreprises dès leur sortie d'études, tandis que d'autres, déjà en emploi, envisagent l'entrepreneuriat comme une continuation ou une transition dans leur carrière professionnelle. Pour les femmes qui choisissent l'entrepreneuriat comme premier choix de carrière, la littérature met en avant leur éducation et leur formation avec des niveaux d'études post-secondaires et universitaires (Hughes, 2006) et des niveaux d'éducation supérieurs à celui des hommes entrepreneurs dans les pays développés (Langowitz et Minniti, 2007). Dans l'ensemble, ces entrepreneures aspirent à créer des entreprises à forte croissance nécessitant un financement extérieur (Gatewood et al., 2009).

Pour les femmes qui choisissent la carrière entrepreneuriale après avoir eu une expérience préalable de travail salarié, leur choix suit généralement une logique de continuité et non de rupture. S'il est vrai que pour chacune de ces femmes le choix est perçu comme volontaire, certaines d'entre elles abordent l'entrepreneuriat comme une manière de contourner des discriminations vécues dans leur emploi. La discrimination peut prendre une forme évidente (comme la non progression dans l'échelle hiérarchique et de responsabilités : cas du plafond de verre) ou plus subtile, car moins aisément décelable (cas des différences de salaire homme/femme à des postes similaires).

Profil de type 3 : les femmes qui entreprennent pour concilier leurs vies professionnelles et familiales

Les motivations entrepreneuriales des femmes sont composées de facteurs « classiques » de type push et pull mais très vite apparaît la question de la conciliation entre la vie professionnelle et la vie familiale. En effet, le lien travail-famille repose sur une construction sociale qui dépend du type de division du travail prévalant entre les hommes et les femmes (Bourgain et Chaudat, 2015). Dans la plupart des pays, et plus particulièrement dans ceux à forte culture patriarcale ou hiérarchique, le pouvoir reste encore centralisé dans les mains des hommes. Il persiste encore une forte division du (et au) travail au détriment des femmes en général et des mères en particulier laissant peu de place à la maternité dans l'entreprise.

Dans la littérature en entrepreneuriat féminin, il est depuis longtemps acquis que l'arbitrage et la recherche d'un équilibre entre le travail et la famille sont des facteurs de la motivation entrepreneuriale (Cromie, 1987 ; Brush, 1992 ; Hughes, 2006 ; Simonin, 2006). Les femmes y trouvent plus de flexibilité en termes d'heures et de lieu de travail, ce qui leur permet de répondre conjointement à la nécessité ou l'envie de travailler tout en étant plus disponibles pour leur famille et leur(s) enfant(s).

En lien avec leur cycle de vie (re)productif, les femmes créatrices mettent en œuvre des stratégies différentes pour contrôler ou arbitrer l'équilibre travail-famille. Lorsqu'elles doivent assumer leurs responsabilités familiales, la recherche d'une certaine flexibilité entre leur entreprise et la vie de famille devient un facteur important de motivation pour les entrepreneures. Cependant, lorsque les enfants grandissent, les autres facteurs (re)prennent le relai. En termes d'âge, ce groupe de femmes diffère de celui des entrepreneures « classiques » plus âgées. Il est concentré à mi-parcours de la vie (résultat assez prévisible) et composé de femmes mariées ou vivant en union libre (Shelton, 2006 ; Lewis, 2013).

2. PRINCIPAUX CHIFFRES SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ

Partout dans le monde, les femmes créent de plus en plus d'entreprises mais les disparités entre les régions du monde sont importantes.

2.1 Quelques chiffres clés de l'entrepreneuriat féminin à l'international

Le **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** est la **principale étude mondiale standardisée sur l'entrepreneuriat**. Depuis 1999, il fournit des informations et des rapports détaillés issus de la collecte de données internationales pour comprendre le phénomène entrepreneurial. Il permet de mieux comprendre le comportement entrepreneurial et les attitudes des individus en tenant compte des contextes nationaux et de leurs impacts sur l'entrepreneuriat.

Le GEM publie également des études détaillées et comparées sur les femmes qui entreprennent partout dans le monde. Le **rapport GEM spécial Entrepreneuriat féminin** aide à une meilleure compréhension de l'entrepreneuriat féminin dans 74 pays pour les chercheurs, les décideurs des institutions et organismes politiques et économiques, ainsi que les éducateurs et les praticiens. L'objectif principal est de contribuer à promouvoir un environnement qui encourage les femmes à considérer l'entrepreneuriat comme un choix de carrière viable, avec des outils adaptés selon les différents types d'entreprises que chacune souhaite développer et d'accompagner la prise de conscience parmi l'ensemble des parties prenantes en vue de les soutenir dans leurs efforts.

A partir de l'étude des écosystèmes entrepreneuriaux de 59 pays, le dernier rapport du GEM (2019) estime à **plus de 252 millions le nombre de femmes engagées dans l'entrepreneuriat** avec un taux d'activité entrepreneuriale des femmes de 10,2%¹. Si ces chiffres sont très encourageants au niveau mondial, ils doivent être mis en perspective avec les facteurs éco-systémiques comme la culture régionale, le contexte économique, le niveau des ressources des pays... qui viennent affecter différemment les perceptions, les intentions et les motivations des femmes, le choix de l'industrie et les aspirations de croissance (Acs et al. 2017).

Les plus hauts taux d'activité entrepreneuriale sont en Afrique sub saharienne (21,8%) et en Amérique Latine (17,3%) ; alors que le taux le plus bas se situe en Europe (6%).

Pourquoi l'entrepreneuriat des femmes des pays de la « vieille » Europe se distingue-t-il par un taux d'activité entrepreneuriale féminin considéré comme « anormalement » faible ?

Comme le montre le dernier rapport de l'OCDE sur l'entrepreneuriat des femmes (2017) les femmes y sont moins susceptibles de créer une entreprise que dans les pays moins développés. Bien que ce rapport de l'OCDE (2017) insiste à analyser les femmes par

¹ Le taux d'activité entrepreneuriale ou Total Entrepreneurial Activity (TEA) représente le pourcentage d'entrepreneurs parmi la population en âge de travailler (de 18 à 64 ans).

opposition aux hommes, il met cependant en évidence **plusieurs paradoxes sur l'entrepreneuriat des femmes.**

Le premier paradoxe est que plus le niveau de développement économique et le niveau d'éducation s'élèvent, plus le taux de création d'entreprise diminue chez les femmes et l'écart avec les hommes s'accroît. Aussi, plus les femmes sont éduquées en Europe, moins elles créent d'entreprises alors même que le pourcentage de femmes entrepreneures diplômées (en moyenne de 22%) est supérieur à celui des hommes. L'explication la plus couramment avancée tient au fait que plus une personne est éduquée, plus elle a d'opportunité à être embauchée par une entreprise proposant un bon salaire et c'est pour cette raison que les femmes éduquées créent moins leur entreprise.

Le deuxième paradoxe est que plus une économie est développée, plus elle offrirait des opportunités abaissant les risques potentiels d'échouer. Il convient de noter toutefois que les femmes rencontrent plus de difficultés que les hommes aux différents stades de la création de leur entreprise dans les économies moins développées. En revanche, le taux d'échec des femmes qui entreprennent est seulement de 10% dans les économies développées, soit un tiers de moins que celui des hommes.

Ce que pointe prioritairement le rapport de l'OCDE, c'est surtout **un manque de confiance des femmes** de par leur **perception d'un manque de compétences et une peur de l'échec** qui agissent **comme des barrières à la création.** Or, le manque de compétences entrepreneuriales est souvent considéré comme l'un des obstacles les plus importants à la réussite du démarrage d'une entreprise. Ces compétences sont généralement liées à des problématiques de gestion d'entreprise (ie, la planification financière et commerciale), aux caractéristiques et traits personnels (ie, le sens des initiatives, le ressenti face à la prise de risques) et parfois à un défaut de compétences plus techniques. Seul un tiers des femmes de l'UE qui entreprennent (34,1%) estiment qu'elles possèdent les connaissances et les compétences nécessaires pour entreprendre et plus de la moitié (52,2%) ont fait état de la peur de l'échec alors qu'elles font état de l'existence de réelles opportunités (+ 10%) de créer une entreprise (OCDE, 2017).

Les femmes qui entreprennent se tournent **majoritairement vers des créations « en solo ».** En 2016, l'Union européenne et les pays de l'OCDE comptaient 30,6 millions de travailleurs indépendants dont environ un tiers de travailleuses indépendantes (9,6 millions de femmes). Moins susceptibles que les hommes de démarrer leur entreprise en équipe (14,8% des femmes entrepreneures naissantes déclarent travailler en équipe de 3 personnes ou plus, contre 21,1% des hommes), elles sont **plus présentes dans les activités de services.** En moyenne elles travaillent plus d'heures par semaine que les femmes salariées. Celles qui travaillent à leur compte avec des employés ont tendance à travailler plus (47,3 heures par semaine) que celles qui n'en ont pas (43,9 heures par semaine).

Le rapport de l'OCDE pointe également **l'existence de barrières institutionnelles, notamment au niveau des politiques familiales et fiscales,** qui découragent non seulement la participation au marché du travail salarié des femmes mais aussi la création

d'entreprise par des **attitudes sociales négatives diffuses à l'égard de l'entrepreneuriat féminin.**

2.2 L'entrepreneuriat féminin aujourd'hui en France

En 2019, 815 300 entreprises ont été créées en France (Insee, 2020).

Ce chiffre constitue un **nouveau record en nombre total de créations d'entreprises** (+ 18 % par rapport à 2018) résultant d'une augmentation des créations d'entreprises, quel que soit le statut choisi avec :

- une augmentation des immatriculations de micro-entrepreneurs (+ 25 %) ;
- une augmentation des créations d'entreprises individuelles classiques (+ 16 %),
- une augmentation des créations de sociétés (+ 9 %).

En 2019, **la moyenne d'âge des créateurs et des créatrices d'entreprises individuelles est de 36 ans**. Seules 5 % des entreprises (hors micro-entreprises) sont employeuses au moment de leur création ; elles démarrent leur activité avec 2,9 salariés en moyenne².

En France, les femmes représentent 39 % des créateurs d'entreprises, soit presque 4 entrepreneures sur 10 (Insee, 2020).

Ce chiffre, bien que stable depuis ces cinq dernières années, montre cependant une réelle **tendance à l'augmentation durable de l'entrepreneuriat au féminin**, puisqu'il a longtemps plafonné à 33% jusqu'à l'an 2000. Cependant, le niveau de création féminine continue d'être nettement inférieur à celui des hommes et la proportion des femmes parmi les auto-entrepreneurs ou micro-entrepreneurs est de 40%.

La création d'entreprise des femmes s'oriente vers une logique tertiaire.

Les femmes entreprennent majoritairement dans la santé humaine et l'action sociale (75 %), les autres services aux ménages (72 %), l'industrie (55 %) et l'enseignement (52 %). Et comme les années précédentes, elles sont largement sous représentées dans les secteurs de la construction (2%), des transports et de l'entreposage (7%) ainsi que celui de l'information et de la communication (25%).

En termes de pérennité, le secteur d'activité est déterminant. Les entreprises, créées en 2014 dans la santé humaine et l'action sociale ou l'enseignement, majoritairement créées par des femmes sont les **plus pérennes** : 83 % d'entre elles sont actives trois ans après leur création (Insee, 2019). De même, la proportion de femmes auto-entrepreneuses actives après 3 ans est de 41 %, soit 8 points de plus que pour les hommes (33%). Cette différence s'explique par un meilleur taux de démarrage effectif des femmes (72 %, 10 points de plus que les hommes) et du fait d'un positionnement dans des activités plus pérennes (comme la santé humaine et l'action sociale ou l'enseignement) où les femmes sont surreprésentées (Insee, 2019)³.

² L'ensemble de l'étude sur les créations d'entreprises en 2019 peut être consultée sur le site de l'Insee : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4289603#onglet-2>

³ L'étude sur la pérennité des entreprises entre 2014 et 2019 peut être consultée sur le site de l'Insee : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3742193>

Selon une étude OpinionWay pour la fondation Entreprendre et Axa (de janvier 2017), 35 % des femmes entrepreneures estiment avoir besoin d'un soutien sur le plan financier. Mais globalement les établissements bancaires font le constat que les demandes et les montants de financement sont moins importants. Ceci s'explique notamment parce que les projets portés par les femmes requièrent, en général, un capital initial plus faible du fait notamment des secteurs d'activité choisis qui nécessitent moins de capitaux dans la phase d'amorçage. Elles s'appuient alors le plus souvent sur leurs fonds propres, qu'elles complètent par des dispositifs d'aides publiques existants⁴.

Principaux dispositifs d'aide et de financement à la création ou à la reprise pour les femmes en France

L'Aide à la création ou à la reprise d'une entreprise (ACRE) est le dispositif le plus emblématique des dispositifs d'aide à la création. Versé sous certaines conditions, il consiste en une exonération partielle de charges sociales (exonération de début d'activité) et en un accompagnement pendant les premières années d'activité. Il permet ensuite à certains bénéficiaires de prétendre à d'autres formes d'aides.

Parmi les dispositifs spécifiques pour les femmes entrepreneures, **l'aide à l'initiative des femmes (AIF)** est une subvention accordée aux femmes pour faciliter leur insertion professionnelle par la création d'entreprise. Elle est plafonnée à 3 250 €.

La garantie EGALITE femmes est un dispositif national permettant l'accès au crédit bancaire des femmes, demandeuses d'emploi ou en situation de précarité qui veulent créer ou reprendre une entreprise, et ce quels que soient la forme juridique de l'entreprise et le secteur d'activité. Ce dispositif offre une garantie qui peut couvrir jusqu'à 80% du montant du prêt bancaire (dans la limite de 50 000 € de montant garanti) pour financer des investissements et/ou du besoin en fonds de roulement. Il permet l'exclusion des cautions personnelles mais il est néanmoins possible pour la banque de prendre des garanties réelles sur les biens financés par le prêt.

Accordé sans demande de garantie personnelle ni intérêts par le réseau Initiative France, **l'accès à un prêt d'honneur d'Initiative France** (de 2 000 € à 50 000 €), permet le renforcement des fonds propres, et par un effet de levier, l'obtention de prêts d'un montant plus important.

Les plans d'actions régionaux (PAR) permettent également le financement d'actions spécifiques pour soutenir en région les projets de création-reprise d'entreprise par les femmes dans tous les secteurs avec l'appui des réseaux déconcentrés de la Caisse des dépôts, de la Direction générale de la cohésion sociale et du Service des droits des femmes et de l'égalité.

⁴ Les résultats complets de l'étude peuvent être consultés sur le site : <https://axalive.fr/article/femmes-chefs-entreprises>

3. FOCUS SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN REGION NOUVELLE AQUITAINE

La Région Nouvelle-Aquitaine s'étend sur 84 000 km² environ, soit la région la plus étendue de France. Sa capitale administrative est Bordeaux.

La Région Nouvelle-Aquitaine compte 5,9 millions d'habitants (soit 8,9% de la population française) et douze départements : Charente (16), Charente-Maritime (17), Corrèze (19), Creuse (23), Dordogne (24), Gironde (33), Landes (40), Lot-et-Garonne (47), Pyrénées-Atlantiques (64), Deux-Sèvres (79), Vienne (86) et Haute-Vienne (87)⁵.

Le Pays Basque est la 2^{ème} agglomération de la Région Nouvelle-Aquitaine, avec 302 980 habitants, après Bordeaux et sa métropole, qui compte 772 542 habitants (Observatoire économique du pays basque, 2018)⁶.

Les données économiques concernant le Pays Basque montrent que 97% des établissements comptent moins de 10 salariés et représentent 48% des emplois. La majorité des emplois sont dans le secteur des services (63%), viennent ensuite ceux dans l'industrie (12%) et dans le commerce (10,4%). Le tourisme et l'agriculture comptent respectivement pour 3,8% et 4% des emplois⁷.

En Région Nouvelle-Aquitaine, 35 % des créateurs d'entreprises sont des créatrices avec plus de 23 600 entreprises créées en 2016, plaçant la Région Nouvelle-Aquitaine comme l'une des régions de France les plus dynamiques en matière d'entrepreneuriat féminin (Insee, 2019)⁸. Entre 2012 et 2016, le nombre de création d'entreprises par les femmes dans la Région a connue une très forte augmentation (+54%).

Selon l'étude de l'Insee (2019), le profil de ces créatrices néo-aquitaines est sensiblement différent du « profil type » des femmes qui entreprennent en France. Les femmes néo-aquitaines se lancent plus tôt dans la création non seulement que leurs homologues féminins au niveau national mais également que les hommes de la région. Il s'agit davantage pour ces femmes d'une première création d'entreprise et un quart d'entre elles a moins de 30 ans (contre un sixième des hommes). Significativement plus diplômées de l'enseignement supérieur (à 55 %) que les hommes (à 38 %), elles décident de créer plutôt après la fin de leurs études ou lorsqu'elles sont sans activité professionnelle. Les trois quarts de ces créatrices sont principalement motivées par le besoin de gagner leur vie afin d'accéder ou de conserver une certaine indépendance

⁵ Les données historiques, géographiques, économiques de la région Nouvelle-Aquitaine peuvent être consultées sur le site : <https://www.prefectures-regions.gouv.fr/nouvelle-aquitaine/Region-et-institutions/Portrait-de-la-region>

⁶ Les données de l'Observatoire économique du pays basque (2018) peuvent être consultées sur le site : <https://www.bayonne.cci.fr/fichiers/documents/livrables/Observatoire-Economique-du-Pays-Basque-2018.pdf>

⁷ A ce jour, il est encore trop tôt pour prendre en compte l'ampleur des effets de la crise du coronavirus rencontrés selon les différents secteurs.

⁸ L'étude sur l'entrepreneuriat des femmes en Région Nouvelle Aquitaine peut être consultée sur le site de l'Insee : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3742193>

financière, bien avant celui d'augmenter leurs revenus. Il s'agit donc plus d'un entrepreneuriat dit de nécessité (facteurs push). La plupart de ces créatrices (8 femmes sur 10) déclarent d'ailleurs n'avoir aucune expérience dans l'entrepreneuriat avant de se lancer. Ainsi, pour la moitié d'entre elles, la création de leur structure leur permet de créer leur propre emploi puisque sur 10 créatrices, 3 étaient au chômage (soit 3 fois plus que dans la population totale) et 2 étaient sans activité professionnelle. Concernant l'autre moitié des créatrices, 3 occupaient un emploi en tant que salariée, et 2 avaient exercé en tant qu'indépendante.

Sans surprise, les femmes de la Région Nouvelle-Aquitaine entreprennent essentiellement dans le tertiaire. En lien avec les besoins d'activités économiques de la région, elles sont présentes dans : le secteur du commerce de détail (24%), les activités de santé (19%) et les activités de services aux entreprises ou aux particuliers (13%), ainsi que dans l'hébergement et la restauration (9%).

Bien que certains projets entrepreneuriaux n'exigent pas toujours de pré-requis particuliers, il s'avère cependant que dans 6 cas de création sur 10, les femmes entreprennent dans des secteurs d'activités requérant impérativement des diplômes qualifiants ou, au minimum, des formations spécifiques. La pérennité de ces structures est globalement satisfaisante avec près de 2 entreprises sur 3 qui sont encore en activité 5 ans après la création, mais très peu d'entrepreneures choisissent des perspectives de croissance et de développement.

Le dernier rapport du Plan d'Actions Régional (PAR) en Nouvelle Aquitaine pour l'entrepreneuriat des femmes (PAR 2018-2020⁹) souligne d'ailleurs un certain nombre de freins encore prégnants qui ralentissent toujours le développement de l'entrepreneuriat des femmes. Il met également en avant les attitudes discriminatoires dans le cadre professionnel à caractère sexiste.

Sur ce point, le document de *Cap Métier sur les femmes en Nouvelle Aquitaine (2019)*¹⁰, confirme d'ailleurs que 61% seulement des femmes de la Région Nouvelle-Aquitaine ont un emploi, dont 10% sont indépendantes. Les hommes salariés touchent en moyenne 20% de plus de salaire que les femmes à temps de travail égal. Pour les emplois de cadre, la différence de salaire est à 25%, alors que dans le même temps, les femmes font plus d'études supérieures que les hommes (56% des étudiants universitaires sont des étudiantes). Sans surprise, le rapport rappelle que le poids des tâches domestiques est toujours supporté dans une très grande majorité par les femmes. Malgré quelques avancées timides, l'aide des conjoints reste peu visible. Enfin, le rapport évoque également le manque de financement pour l'entrepreneuriat féminin.

⁹ Le Plan d'Actions Régional (PAR) en Nouvelle Aquitaine pour l'entrepreneuriat des femmes (PAR 2018-2020) est accessible sur le site : [https://les-aides.nouvelle-aquitaine.fr/sites/default/files/2019-01/Pr%C3%A9sentation PAR sans contact.pdf](https://les-aides.nouvelle-aquitaine.fr/sites/default/files/2019-01/Pr%C3%A9sentation%20PAR%20sans%20contact.pdf)

¹⁰ Le document *Cap Métier sur les femmes en Nouvelle Aquitaine (2019)*, peut être consulté sur le site : <https://www.cap-metiers.pro/actualites/21543/Les-femmes-Nouvelle-Aquitaine-2019.aspx>

C'est pourquoi, le PAR 2018-2020 s'est donné d'agir sur 4 priorités : sensibilisation et accompagnement pour la création et post-crédation, accès aux financements, actions en milieu rural et territoires fragiles, et valorisation de l'entrepreneuriat féminin par la formation et la communication avec pour objectif ambitieux d'atteindre 45% de création d'entreprises par des femmes sur la Région-Aquitaine tout en développant leur accompagnement post création.

En définitive, si les statistiques et les synthèses conduites sur le plan national ou régional sont nécessaires, elles peinent cependant à nous aider à éclairer la diversité des projets entrepreneuriaux des femmes. Derrière les chiffres, il est souvent tentant de faire émerger une sorte de « portrait robot », figeant alors l'entrepreneure et l'entrepreneuriat des femmes, qui n'en avaient déjà pas vraiment besoin. Pris dans leur ensemble, ces chiffres ont tendance à lisser des parcours souvent plus chaotiques qu'un « long fleuve tranquille », et entretiennent la sous valorisation de projets originaux et souvent novateurs portés par les femmes en minorant les effets de leurs innovations souvent managériales et sociétales qui pourtant diffusent de la création de richesse.

II- METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Le présent rapport est appuyé sur une **étude qualitative à visée compréhensive et interprétative**, au travers d'**entretiens semi-directifs** réalisés auprès d'une trentaine de **femmes, entrepreneures et mères au Pays Basque**.

Lors des échanges préliminaires avec l'Association Andere Nahia, des objectifs ont été prédéfinis pour :

- Comprendre les profils des mères entrepreneures sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Pays Basque (localisation, âge, situation familiale, niveau financier, motivations entrepreneuriales) ;
- Comprendre leurs besoins et les freins qu'elles rencontrent dans leur activité indépendante en lien avec leur rôle de mère et approfondir s'il existe un (des) frein(s) à laisser ses enfants dans une structure d'accueil ;
- Identifier quelles actions permettraient de faciliter l'articulation des temps de vie professionnelle et personnelle pour ces mères entrepreneures et approfondir la piste d'une prise en charge des frais liés à la garde des enfants à intégrer dans les charges de l'entreprise.

La deuxième partie de ce rapport présente les principaux éléments de la méthodologie retenue pour mener l'étude sur les mères entrepreneures du Pays Basque avec la démarche méthodologique et la collecte des données (1) puis la méthode d'analyse des données (2).

1. DEMARCHE METHODOLOGIQUE ET COLLECTE DE DONNEES

La collecte de données a été effectuée par des entretiens semi-directifs sur la base de la **technique des « récits de vie »** ou entretiens biographiques afin de permettre aux individus, ici les femmes, mères et entrepreneures de raconter leurs histoires et leurs expériences en contexte et en hiérarchisant les événements significatifs.

L'intérêt de cette méthode de recherche est qu'elle permet de mettre en lumière le **processus de fabrication de sens** rétrospectif sur lequel la personne s'appuie dans la construction de son parcours personnel et professionnel ainsi que les relations que l'interviewé(e) tisse et entretient avec les différentes structures sociales et sphères dans lesquelles il (elle) évolue. Il est possible alors d'ordonner les événements. L'ordre n'est pas nécessairement chronologique ; il peut même parfois se révéler incohérent ou avec des contradictions, **ce qui importe c'est de donner du sens à l'expérience « vécue » par la personne.**

Les entretiens ont été réalisés du 7 au 11 octobre 2019.

Au total, 28 femmes ont été interrogées. Elles sont venues **sur la base du volontariat** à la suite de la publication d'un appel à venir témoigner et échanger sur leur projet entrepreneurial, appel piloté à l'initiative de l'Association Andere Nahia (Annexe 1)¹¹.

Ces femmes sont des néo-entrepreneures dans les premières étapes de la création. Tandis que certaines d'entre elles en sont encore dans la construction de leur projet de création, d'autres ont déjà créé au cours des 2 à 3 années précédentes. Toutes sont accompagnées par différents dispositifs en faveur de l'entrepreneuriat proposés dans la Région Nouvelle-Aquitaine et notamment par l'Association Andere Nahia.

Les entretiens se sont déroulés pour la plupart sur le site de coworking de l'espace Entreprises HABIA géré par l'Association Andere Nahia à Ixassou ainsi que dans les locaux de l'Atelier Lan Berri à Anglet. Ils ont été réalisés pour la plupart en face à face et quelques uns par téléphone du fait de l'impossibilité pour certaines entrepreneures de se déplacer sur l'un des deux sites proposés.

Le guide d'entretien a été construit par les deux chercheuses afin d'aborder tous les aspects du projet entrepreneurial en cours sur les plans professionnels, familiaux et personnels.

Des questions ont, tout d'abord, été posées concernant les éléments d'identification de l'entrepreneure et de son entreprise. Ensuite les principaux thèmes ont été abordés par des questions concernant leurs motivations et leurs freins à la création (1), l'écosystème et les structures de support (2), et leur motivation à la croissance (3).

¹¹ Par des affiches, un communiqué de presse en date du 05/09/2019, ainsi qu'un article dans la revue Gara publié le 29/09/2019.

Des questions de « relance » ont été posées en fonction du déroulé de chaque entretien, afin de venir compléter le recueil de données et pour permettre d'élargir la compréhension de leur univers et de leurs représentations.

L'objectif des chercheuses a été de recueillir le plus d'informations nécessaires pour répondre aux objectifs qui avaient été prédéfinis avant l'enquête sur le terrain mais sans orienter spécifiquement les entrepreneures sur les objectifs sous jacents qui auraient pu biaiser les résultats de l'enquête avec des réponses « de convenance ».

En outre, une collecte d'informations complémentaires a été réalisée par 5 entretiens complémentaires (format libre) auprès de représentants de différentes institutions de l'écosystème territorial lié à la petite enfance : Communauté d'Agglomération, CAF, Directeur et Directrice de Crèches et Assistantes familiales en lien avec l'écosystème institutionnel de la petite enfance.

2. METHODE D'ANALYSE DE DONNEES

Tous les entretiens ont été enregistrés et retranscrits.

Une retranscription préliminaire des entretiens a été effectuée par un groupe de bénévoles de l'Association Andere Nahia. Toutes ces retranscriptions ont été vérifiées et intégralement complétées ensuite par les chercheuses.

La durée en moyenne des entretiens est de 52 min.

Au total, plus de 24 heures d'enregistrement ont été retranscrites et analysées.

Les données collectées ont été analysées suivant une **méthode d'analyse de contenu**, suivant les recommandations de l'approche de Gioia (Gioia et al., 2012).

L'analyse des données a suivi 3 étapes distinctes :

1^{ère} étape : Préparation de la base de données.

Il s'agit de préparer un document « nettoyé » de la base de données (des entretiens retranscrits) en vue de son traitement postérieur (codage).

2^{ème} étape : Premier codage ou Codage d'ordre 1

Il s'agit d'un premier codage « libre » des données par les chercheuses.

Les codes émergent du discours retranscrit et représentent des concepts de 1^{er} ordre.

3^{ème} étape : Deuxième codage ou Codage d'ordre 2

Il s'agit d'un deuxième codage qui consiste à « réduire » les codes de 1^{er} ordre en codage de 2^{ème} ordre par les thèmes et dimensions en rapport avec des concepts théoriques¹².

¹² Pour illustrer la méthode d'analyse, il a été joint en annexe 2 un extrait des codes des concepts et dimensions

III- RESULTATS DE L'ETUDE

SUR LES MERES ENTREPRENEURES AU PAYS BASQUE

La troisième partie de ce rapport présente les résultats de l'étude sur les mères entrepreneures du Pays Basque. Après avoir présenté tout d'abord l'analyse descriptive de l'échantillon (1), les résultats abordent ensuite les problématiques liées aux mères entrepreneures (2) puis l'analyse de leur écosystème entrepreneurial (3).

Les noms et prénoms des entrepreneures ne figurent pas dans ce rapport. Les cas sont présentés à partir d'un prénom d'emprunt choisi dans une liste de prénoms féminins basques.

1. ANALYSE DESCRIPTIVE DE L'ÉCHANTILLON

L'analyse descriptive de l'échantillon est intéressante pour essayer de dégager **qui sont les mères entrepreneures sur le territoire de la Communauté d'Agglomération Pays Basque**.

Un tableau de synthèse des principaux éléments descriptifs des femmes de l'étude est fourni en Annexe 3.

1.1 Caractéristiques des femmes entrepreneures

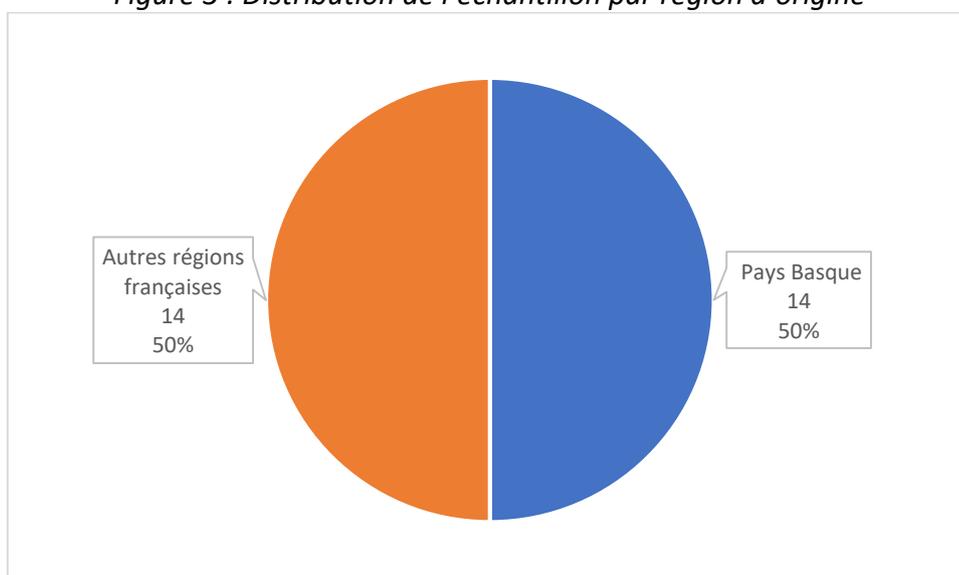
Compte tenu du contexte de l'étude qui s'appuie sur une volonté affichée de développement de l'entrepreneuriat féminin sur le « territoire », il a été retenu de présenter tout d'abord la région d'origine des créatrices (a) ; viennent ensuite les principaux critères d'identification usuels comme l'âge (b), la situation familiale (c) et le niveau d'études et de formation (d).

Les résultats présentés concernent l'ensemble de l'échantillon mais des spécificités peuvent toutefois être observées selon l'origine territoriale avant l'installation des entrepreneures.

a. La région d'origine des créatrices

L'analyse de l'échantillon permet de différencier deux sous-groupes de taille similaire. Le premier est composé des femmes originaires du Pays Basque (50%), le second des femmes qui sont arrivées dans le Pays Basque en étant originaires d'autres régions de la France (50%).

Figure 3 : Distribution de l'échantillon par région d'origine



Parmi les femmes qui sont arrivées au Pays Basque pour y vivre, il a été identifié deux catégories principales : celles qui sont venues dans une logique de « suivre son mari » (36%) (Balentina, Bizenta, Diana, Sofia, Virginia) ; et celles qui sont venues en couple en suivant un désir de changement et une recherche d'une meilleure qualité de vie (43%) (Anuxha, Daniela, Enea, Iratze, Lorea, Zelia).

Un troisième groupe est composé par des personnes qui sont restées sur le territoire après être venues avec leurs parents, pour faire des études, ou pour retrouver quelqu'un de la famille (21%) (Barbara, Beronika, Domeka).

Figure 4 : Distribution de l'échantillon par motif du choix du Pays Basque

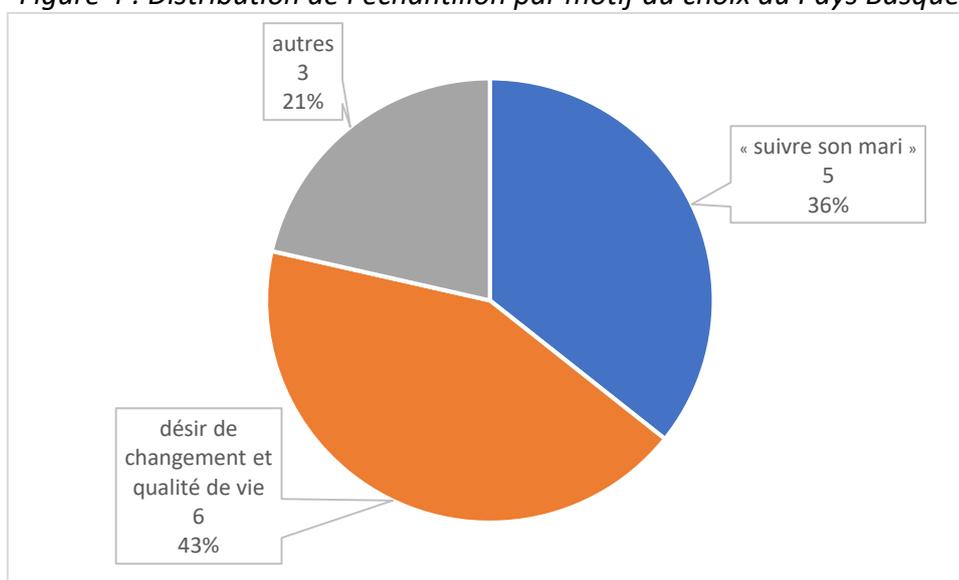


Tableau 1 : Raisons du choix du Pays Basque

« Suivre son mari »	« Chercher une meilleure qualité de vie »
<i>C'est-à-dire qu'on déménage, je démissionne pour suivre mon conjoint (Bizenta)</i>	<i>Comme beaucoup de trentenaires à Paris, nous avons envie de quitter, de partir en province (Daniela)</i>
<i>Et moi je suis partie, j'ai tout quitté pour retrouver mon mari actuel (Diana)</i>	<i>Nous avons envie d'habiter autre chose qu'une région surpeuplée (Lorea)</i>
<i>J'ai suivi mon conjoint qui a trouvé un poste aux Aldudes (Virginia)</i>	<i>Le choix de la région, du Pays Basque, ça a été un long chemin, on a beaucoup déménagé, dans différentes régions. On avait envie de pouvoir, comment dire, de privilégier en premier notre cadre de vie au quotidien (Zelia)</i>

b. L'âge

La moyenne d'âge des femmes créatrices de l'échantillon est de 36,8 ans.

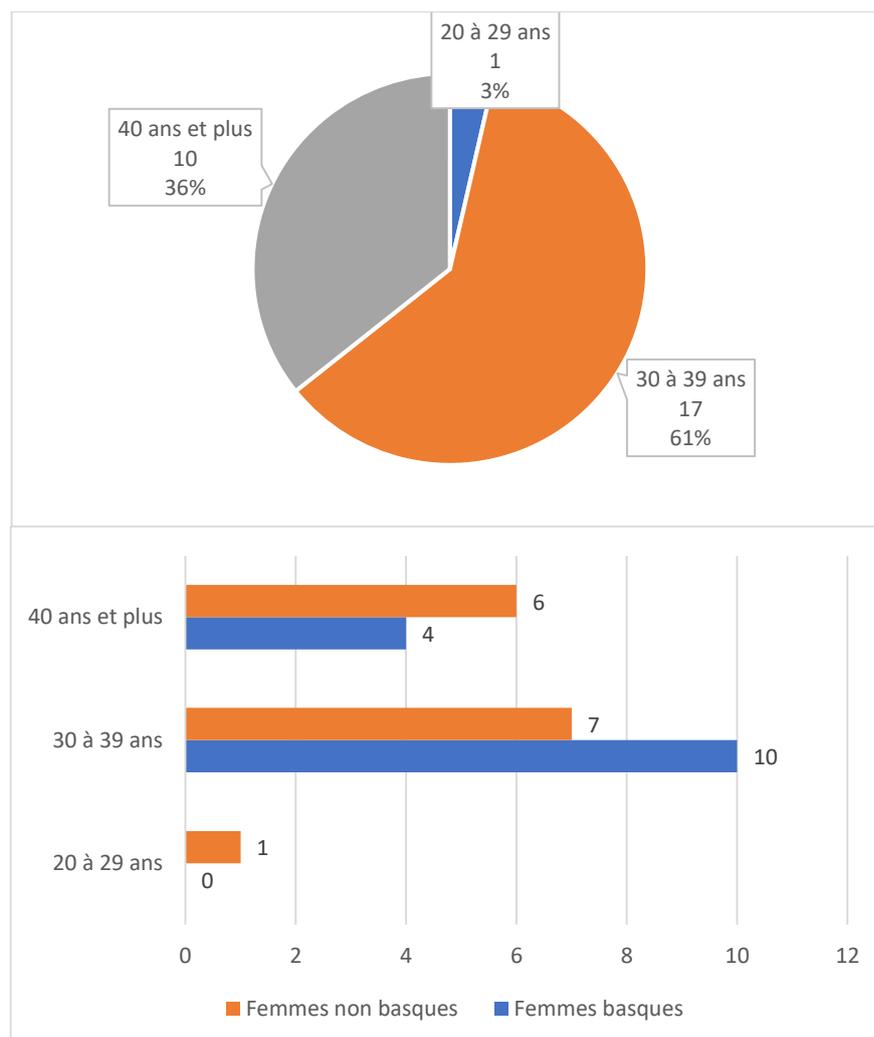
La majorité des femmes se trouvent dans la trentaine (60%), suivie par des femmes de plus de 40 ans (36%). Un seul cas correspond à la vingtaine.

Nous pouvons observer une légère augmentation de la moyenne d'âge dans le cas des femmes qui ne sont pas originaires du Pays Basque (35 ans en moyenne pour les femmes basques et 38 pour les non basques).

Tableau 2 : Tranche d'âge des créatrices

	Total des femmes	Femmes d'origine basque	Femmes non originaires du Pays Basque
De 20 à 29 ans	1	/	1
De 30 à 39 ans	17	10	7
Plus de 40 ans	10	4	6

Figure 5 : Distribution de l'échantillon par tranche d'âge



c. La situation familiale

La situation familiale des créatrices est étudiée ici selon 2 critères, d'une part leur état civil (ou leur situation matrimoniale) et d'autre part par leur nombre d'enfants.

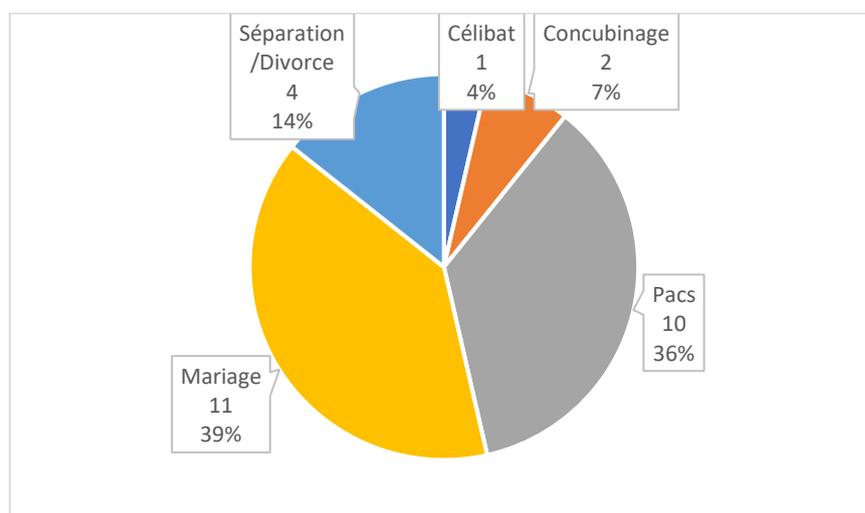
L'échantillon est composé par une majorité de femmes mariées (39%), suivi par des femmes pacsées (36%), deux femmes sont en concubinage et cinq vivent seules.

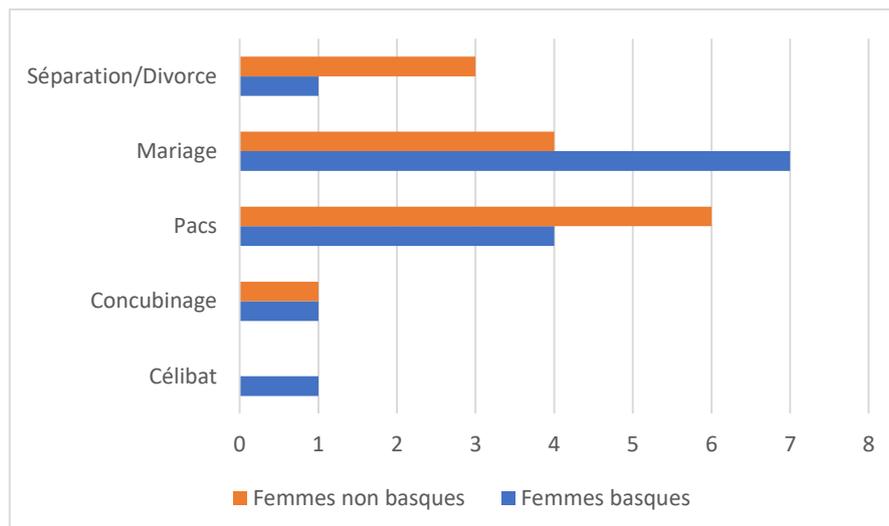
Cela montre une prépondérance des femmes entrepreneures en couple (82%), et seulement 18% des femmes sont sans conjoint. Le mariage est plus fréquent chez les femmes originaires du Pays Basque (47%), alors que les femmes qui viennent s'installer au Pays Basque sont principalement pacsées (46%).

Tableau 3 : Etat civil des créatrices

	Total des femmes	Femmes d'origine basque	Femmes non originaires du Pays Basque
Célibat	1	1	/
Concubinage	2	1	1
Mariage	11	7	4
Pacs	10	4	6
Séparation/Divorce	4	1	3

Figure 6 : Distribution de l'échantillon par état civil (en couple ou pas)





La taille de la famille des créatrices de l'échantillon, quelle que soit leur origine, est assez conforme aux chiffres observés sur l'ensemble du territoire français.

Dans l'échantillon la famille est composée de deux enfants (50% de l'échantillon), suivi par un enfant (32%). Seules trois femmes ont trois enfants et deux sont enceintes.

Tableau 4 a : Nombre d'enfants

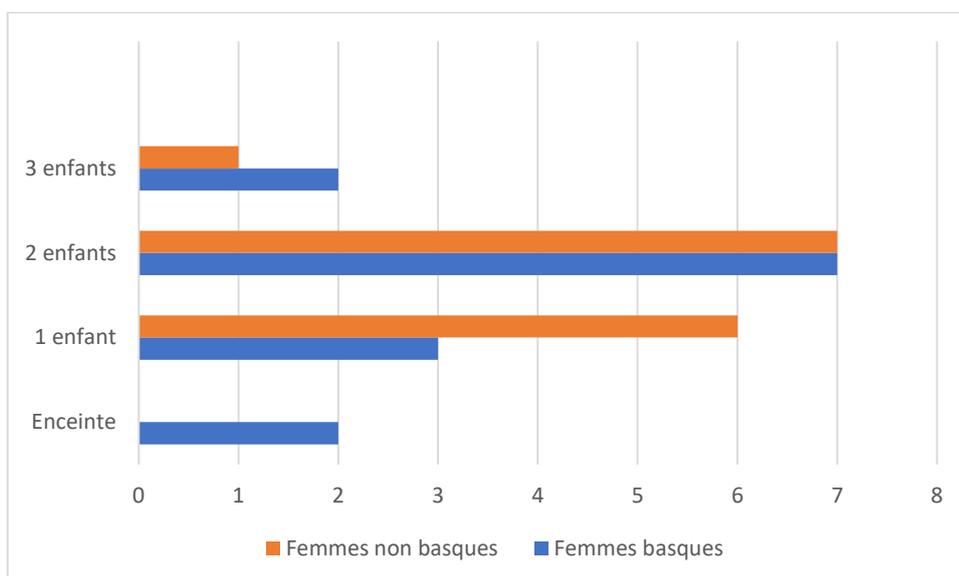
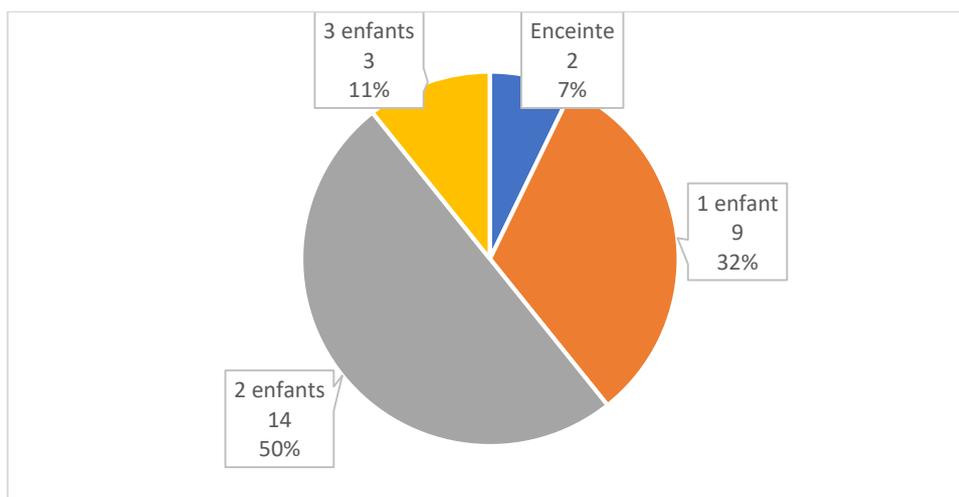
	Total des femmes	Femmes basques	Femmes non basques
Enceinte	2	2	/
1 enfant	9	3	6
2 enfants	14	7	7
3 enfants	3	2	1

Un quart des créatrices ont indiqué avoir un désir d'agrandir la famille. Ces cas se concentrent principalement parmi les femmes enceintes et celles qui ont un enfant renforçant la tendance à un modèle de famille avec deux enfants.

Tableau 4 b : Désir d'agrandir la famille

	Total des femmes	Femmes basques	Femmes non basques
Pas de désir d'avoir plus d'enfant	21	11	10
Désir d'avoir plus d'enfant	7	3	4

Figure 7 : Distribution de l'échantillon par nombre d'enfants



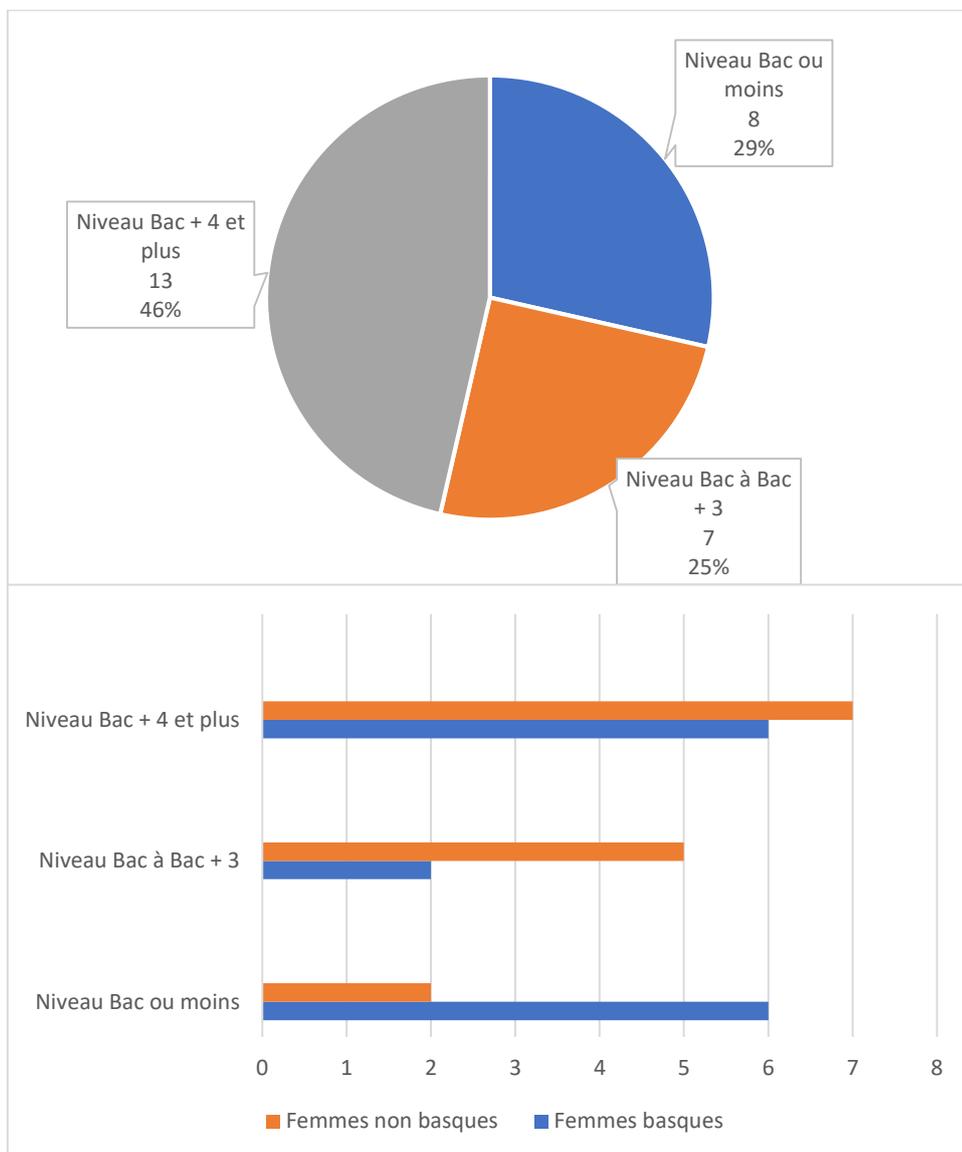
d. Le niveau d'études et de formation

L'échantillon présente une majorité de femmes ayant effectué des études post bac (71%). Cela est plus marqué dans le cas des femmes originaires d'autres régions ayant déménagé au Pays Basque pour y résider (92%).

Tableau 5 : Niveau d'études et de formation

	Total des femmes	Femmes basques	Femmes non basques
Jusqu'au niveau Bac	8	6	2
Du Bac au Bac +3	7	2	5
Niveau Bac +4 et plus	13	6	7

Figure 8 : Distribution de l'échantillon par niveau d'études



1.2 Caractéristiques des entreprises créées ou en cours de création

Les principales caractéristiques des entreprises créées ou en cours de création des femmes mères et entrepreneures de l'échantillon concernent : le secteur d'activité (a), les expériences préalables dans le secteur d'activité (b), en solo ou à plusieurs (c) et la taille de l'entreprise (d).

a. Le secteur d'activité

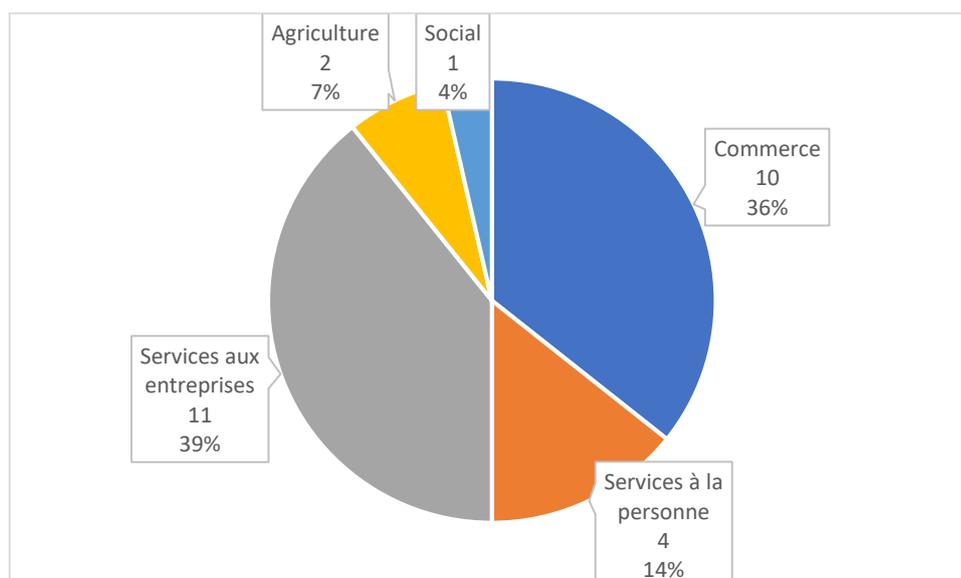
La majorité des entreprises créées ou en cours de création sont des entreprises de services (53%), aussi bien de services à la personne que de services aux entreprises. Le secteur du commerce vient ensuite en deuxième position (36%). Deux cas correspondent à des entreprises agricoles et un à un projet social (de logement pour seniors).

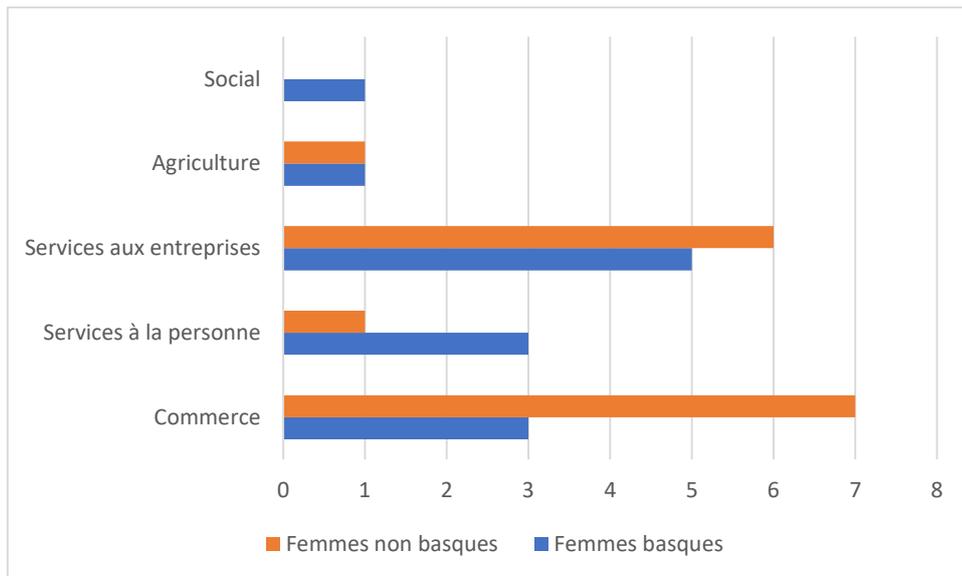
Tableau 6 : Secteur d'activité

	Total des femmes	Femmes basques	Femmes non basques
Services aux entreprises	11	5	6
Services à la personne	4	3	1
Commerce	10	3	7
Agriculture	2	1*	1
Social	1	1	

*RQ : Projet également à vocation sociale d'insertion.

Figure 9 : Distribution de l'échantillon par secteur d'activité





b. L'expérience préalable dans le secteur d'activité

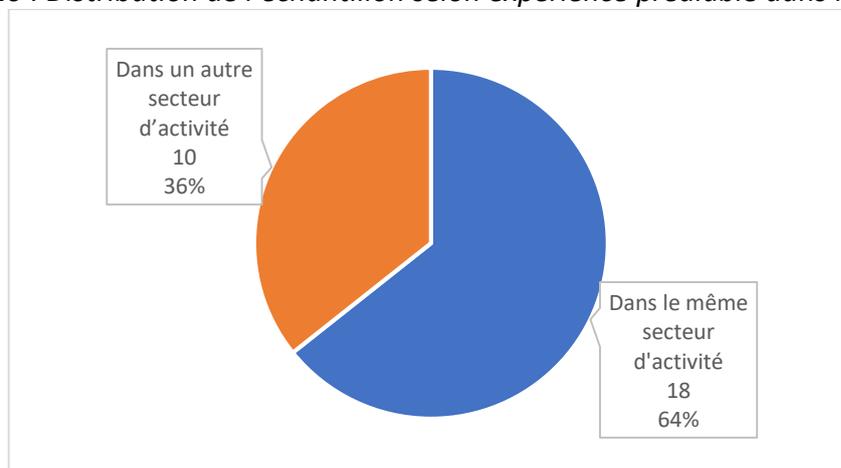
La plupart des femmes de l'échantillon choisissent d'entreprendre dans un secteur déjà connu et 36% des femmes se sont aventurées sur des nouveaux métiers, dans lesquels elles ne comptent pas sur une expérience de travail antérieure.

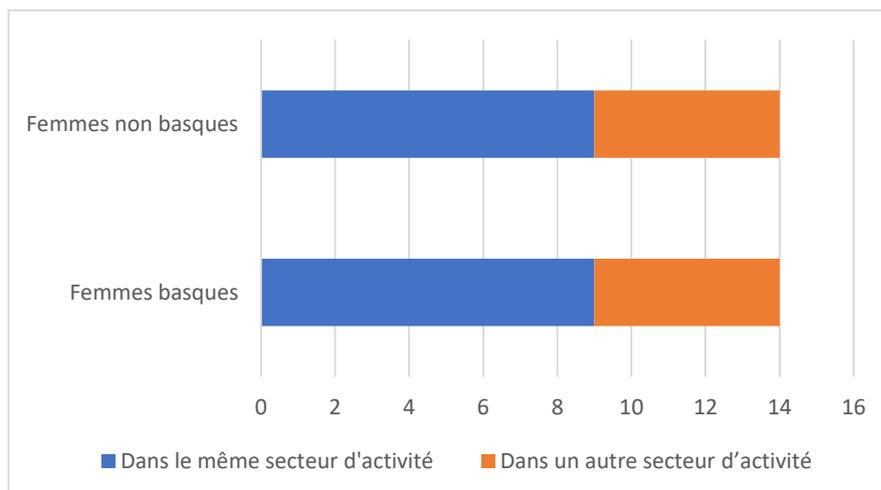
Ces proportions sont strictement les mêmes quelle que soit l'ancienneté des femmes dans la région du Pays Basque.

Tableau 7 : Expérience préalable dans le secteur d'activité

	Total des femmes	Femmes originaires du Pays Basque	Femmes non originaires du Pays Basque
Création dans le même secteur d'activité	18	9	9
Création dans un secteur d'activité différent	10	5	5

Figure 10 : Distribution de l'échantillon selon expérience préalable dans le secteur





Le besoin de changement est probablement la cause des réorientations dans le secteur d'activité. Dans un certain nombre de cas, le changement se révèle assez radical.

Les raisons principales évoquées par ces femmes pour justifier les changements sont une insatisfaction avec l'ancien poste de travail, le désir de faire un métier à partir d'un hobby, ou la recherche d'un métier avec plus de sens. Plusieurs femmes de l'échantillon ont expliqué avoir découvert leur nouvelle orientation après avoir fait un bilan de compétences.

Tableau 8 : Raisons du changement

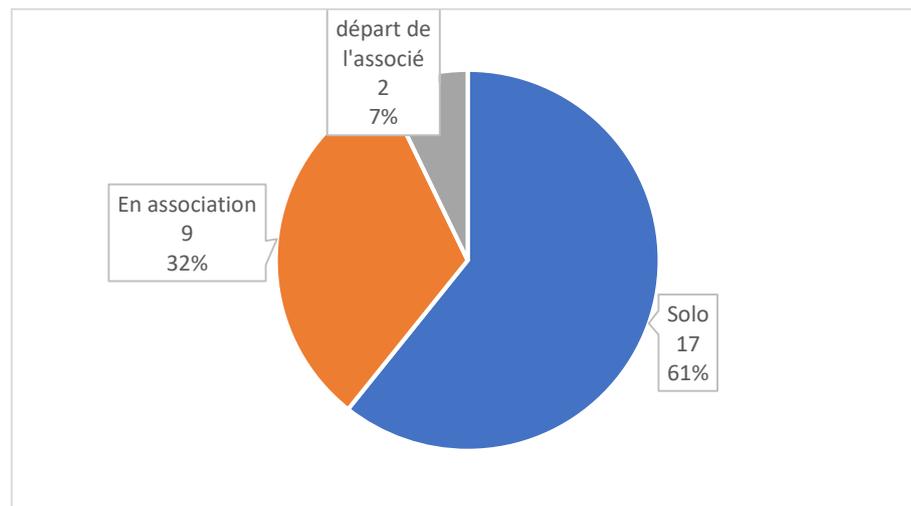
« Insatisfaction »	« Transformer un hobby »	« Recherche de sens »
<i>Jusqu'au jour où je me suis dit non, là j'ai envie d'autre chose quoi ! (Lidia)</i>	<i>Je suis restée toujours à faire pour moi et ma famille, un peu comme ça en cercle réduit, comme un hobby, mais du coup là je me lance (Enea)</i>	<i>C'est quand même important pour nous d'avoir une activité avec des valeurs qui nous tiennent à cœur (Zelia)</i>
<i>Je voulais me reconverter car mon métier ne me plaisait plus (Luzia)</i>	<i>J'ai commencé à faire pour moi, pour mes enfants, pour faire des cadeaux (Lorea)</i>	
<i>J'ai envie de faire quelque chose qui me plaît (Aurora)</i>		

c. Création en solo/association

Même si la plupart des entrepreneures ont créé seules (61%), plusieurs ont décidé de créer en s'associant avec quelqu'un de la famille (mari, sœur, frère) ou à un-e collègue ou ami-e (*Aurora, Balentina, Barbara, Iratxe,, Izar, Lamia, Paula, Sofia, Zelia*).

Deux cas de création en association se sont arrêtés à la suite du départ de l'associée (*Diana, Domeka*).

Figure 11 : Création en solo versus en association



d. La taille de l'entreprise

Le modèle prépondérant est celui de la microentreprise ou de l'entreprise individuelle. Dans notre échantillon, 24 créations ou projets en cours ne comptent pas de salarié. Deux structures ont des employés salariés et deux ont cessé leur activité pour cause de désistement de l'associée.

Au moment des entretiens, 6 entrepreneures ont déclaré un désir d'embauche de l'ordre de 1 à 3 salariés (*Agustina, Aurora, Beronika, Grazia, Virginia, Zelia*) ; 21% des entreprises envisagent donc l'incorporation de nouveaux employés et dans tous les cas cette prospection vise de très petits effectifs.

En d'autres termes, les entreprises créées par les femmes entrepreneures du Pays Basque de notre étude relèvent toutes de la microentreprise ou de la TPE et n'aspirent pas à la croissance.

L'analyse descriptive de notre échantillon dresse un portrait de la mère entrepreneure accompagnée dans le Pays Basque comme suit :

Femme dans la trentaine (moyenne d'âge 37 ans),
en couple (82%), et possiblement mariée (39%),
avec **2 enfants** (50%),
et ayant effectué des **études post-bac** (71%).

Le secteur de la création de l'entreprise est dans le **secteur des services** (53%).

La créatrice en connaît les activités
puisque'elle en a déjà eu une **expérience préalable** (64%).

Il s'agit d'une **entreprise sans employés** (61%).

A moyen terme, la créatrice ne cherche pas à incorporer des effectifs salariés (78%).

2. ANALYSE DES PROBLEMATIQUES LIEES A LA MERE ENTREPRENEURE

Si les chiffres montrent que de plus en plus de femmes souhaitent entreprendre, il reste que de l'intention au véritable passage à l'acte, elles rencontrent souvent de nombreuses difficultés pour mener leur projet entrepreneurial.

L'analyse des entretiens fait émerger trois résultats principaux concernant les mères entrepreneures au Pays Basque à travers l'étude (1) de leurs facteurs de motivation, (2) l'identification de *role models* et la place du conjoint et (3) des impacts sur leur intention de croissance.

2.1 Les facteurs de motivation à la création

Les motivations des femmes à monter leur propre affaire sont variées ; elles résultent des différentes interactions en fonction de leurs situations personnelles, de leur vécu et des expériences particulières qu'elles ont rencontrées selon des contextes plus ou moins favorables.

L'analyse des facteurs de motivation à la création des femmes de notre échantillon a été effectuée à partir des principales dimensions mises en avant dans les récentes recherches académiques. Ces dimensions s'articulent autour : de la nécessité de créer son propre emploi face à un manque de travail, de la volonté de saisir une opportunité d'affaires, de la recherche d'un travail (plus) satisfaisant, d'un désir d'indépendance et d'autonomie et d'un désir de conciliation entre les vies professionnelles et familiales des créatrices.

Il ressort de l'analyse des entretiens menés auprès des mères entrepreneures au Pays Basque que l'insatisfaction du travail salarié, l'envie de réussir une conciliation vie familiale/vie professionnelle, et le désir d'autonomie apparaissent parmi les facteurs principaux de leur motivation à la création d'entreprise.

Des aspects économiques tels que le besoin d'avoir un revenu pour subvenir aux besoins de la famille, ou pour compléter le revenu du mari, sont aussi présents dans certains cas.

Des opportunités de marché sont décelées également, motivant les femmes à proposer principalement des services qui n'existent pas sur le territoire.

Ces facteurs peuvent se présenter seuls ou en combinaison de facteurs (Tableau 10).

Tableau 10 : Facteurs de motivation entrepreneuriale

	Nécessité	Opportunité	Insatisfaction	Indépendance	Conciliation
Anuxha		X	X		
Aurora			X	X	
Balentina	X		X		X
Barbara	X				
Beronika			X	X	
Betixa					X
Bizenta				X	
Daniela			X		
Diana			X	X	
Domeka			X		
Enea					X
Iratxe				X	X
Izar		X			
Lavinia					X
Lidia			X		
Lorea			X	X	
Luzia	X				X
Milia			X	X	
Oïhana			X		
Oria			X		X
Paula			X		
Sofia					X
Virginia			X	X	
Zelia					X

Quatre femmes n'ont pas déclaré de facteurs de motivation (*Agustina, Bitori, Grazia et Lamia*).

Même si la conciliation vie familiale/vie professionnelle est un facteur important de création d'entreprise pour les femmes interrogées, notre étude montre qu'en premier lieu apparaît une **insatisfaction** avec l'ancien emploi ou avec le travail salarié.

Cette insatisfaction regroupe aussi bien des cas d'épuisement professionnel, d'harcèlement moral ou de souffrance au travail, que des cas de perte de sens, de conflit éthique ou de mécontentement avec le dernier emploi, ou avec le travail salarié en général.

Donc quelque part c'est un peu de la souffrance qui m'a amenée à vouloir quelque chose de plus juste pour moi. De la souffrance au travail (Lidia)

J'étais arrivée à un stade où je trouvais mon métier un peu inutile (Oïhana)

C'est quelque chose qui n'était pas en accord avec moi-même et ça en était devenu à un point où j'avais un nœud dans le ventre. J'avais besoin de donner du sens au niveau professionnel et aussi dans ma vie personnelle (Oria)

Les femmes étudiées ont aussi été motivées pour la création d'entreprise en grande partie par le fait d'être mères et de vouloir concilier leurs vies familiales et professionnelles (**conciliation**).

Aujourd'hui, ce qui compte le plus dans mon équilibre de vie et si on remet le sujet de mère-entrepreneure en lien, le fait d'être en solo ça me permet d'avoir cette flexibilité au quotidien, et par rapport à mon fils (Sofia)

Même si je sais que je serai investie à 3000%, j'aurai des horaires plus faciles. Je le fais pour moi, mais pour elles aussi (Balentina)

J'ai donc commencé à réfléchir à quelles étaient mes envies pour faire évoluer les deux, ma vie famille et ma vie professionnelle (Zelia)

De cette manière, la maternité apparaît dans plusieurs cas comme un accélérateur qui pousse la femme dans le chemin de la création.

Les enfants ont été un déclic (Luzia)

Mon enfant c'est à la fois un peu la contrainte et à la fois le moteur de me lancer dans une vie professionnelle sur l'entrepreneuriat justement et pouvoir adapter mes horaires à son rythme (Enea).

Le facteur d'**indépendance** représente aussi bien une recherche d'indépendance financière qu'un désir d'autonomie dans la prise de décisions.

Suite à tout ce que j'ai vécu, que je voulais devenir entrepreneure, pour ne pas avoir des comptes à rendre (Milia)

Donc pour moi, c'était, être à son compte, ça permet de pouvoir s'organiser comme on veut, c'est-à-dire, c'est moi qui mets mes propres contraintes, j'accepte ou pas le travail et je choisis aussi les personnes avec lesquelles je travaille (Bizenta)

Je ne veux pas être tributaire de personne, pas d'un voisin qui me rend service, et pas non plus de mon compagnon. On ne sait jamais de quoi demain est fait, je veux être autonome, je veux gagner ma vie (Virginia)

Quelques cas de création montrent une nécessité de créer son propre emploi et pour cela elles ont décelé une opportunité d'affaires.

J'ai vite compris que je ne pourrais pas trouver un emploi de salarié avec suffisamment d'heures, donc j'ai compris qu'il fallait que je crée ma propre structure (Anuxha)

Il n'y a pas vraiment de poste, je n'avais pas forcément envie de bouger ailleurs, j'avais déjà pas mal bougé, donc je me suis dit que j'allais me lancer (Izar)

La nécessité économique est aussi présente comme facteur de création d'entreprise

Mon idée d'entreprendre répond à un besoin financier, qui n'est pas énorme, pour compléter les revenus du foyer (Luzia)

2.2 Les *role models* et la place du conjoint

Il existe peu d'exemples d'aventure entrepreneuriale dans lesquels les mères entrepreneures peuvent se reconnaître. Les représentations à vouloir montrer une « entrepreneure type » sont tenaces et la réussite de certaines femmes cheffes d'entreprise, conjuguée à une médiatisation forte, conduisent encore à un résultat inverse en faisant « plus peur » à des femmes qui déjà doutent de leurs capacités.

Paradoxalement, la surenchère médiatique contribue à donner en exemples des cas de parcours de mères et d'entrepreneures quasi « mythiques » en surfant sur la vague du stéréotype de la « wonder woman » et peut décourager les meilleures aspirations entrepreneuriales des femmes. D'un autre côté, les efforts statistiques de mesure avec des indicateurs normatifs prédéfinis, font encore souvent ressortir une image plutôt minimaliste des projets de création et des femmes créatrices perçues comme moins ambitieuses et moins performantes.

Pour autant, c'est bien par la multiplication et l'exposition répétées de projets de création quels qu'ils soient et de parcours de femmes qui se lancent, quelle que soit la nature de l'aventure entrepreneuriale, que les femmes pourront **trouver des modèles positifs dans lesquels s'identifier**. En d'autres termes, plus il y a de *role models* divers et variés, plus il est possible d'accompagner la transformation des représentations des femmes qui entreprennent.

Dans l'étude des mères et entrepreneures au Pays Basque, trois aspects complémentaires apparaissent dans le discours des femmes concernant la place des *role models*.

D'une part, des exemples d'entrepreneurs proches semblent servir à développer la motivation entrepreneuriale aidant d'une certaine manière à franchir le cap de la création.

Mes parents étaient exploitants, mes grands-parents aussi. Je suis issue du monde agricole, oui. Et c'était dans le contexte de reprise, aussi de l'exploitation, de continuer de pérenniser tout ça aussi, voilà (Agustina)

Mes parents avaient un bar-restaurant. J'ai grandi dans un bar-restaurant. Mon grand frère a un magasin et mon petit frère je pense que bientôt il va créer sa boîte aussi (Lidia).

D'une autre part, plusieurs d'entre elles voudraient aussi devenir des *role models* pour leurs enfants, en leur montrant qu'une femme peut très bien être une mère mais aussi une entrepreneure.

Nous voulons leur montrer que nous pouvons être mères et réussir notre vie (Balentina)

A nous les femmes de faire, de montrer que c'est possible, être un exemple un peu (Enea)

A niveau plus global, il y a une critique qui apparaît dans leur discours concernant le manque, et aussi le besoin de compter sur des modèles de création d'entreprise par des femmes.

Je trouve que les modèles des femmes mères entrepreneurs réelles sont assez peu visibles, et que du coup le modèle n'est plus un modèle (Lamia)

Je pense qu'on a besoin de modèles, des référentiels (...) Des exemples de femmes dans les TPE/PME (Iratxe)

Tableau 11 : Les *role models* des mères entrepreneures

	Modèle
Agustina	Parents/grands parents
Anuxha	Mari
Bizenta	Consultants
Diana	Père
Lidia	Parents/frère
Zelia	Connaissance

La concrétisation de la démarche entrepreneuriale est, dans le cas des mères entrepreneures, complexe et souvent conditionnée par l'attitude du **conjoint**.

Dans notre échantillon de 28 femmes mères de famille avec des enfants en bas âge ou enceintes, 23 sont en couple. Parmi celles qui vivent avec un conjoint, différents cas de figure apparaissent, qui peuvent être rassemblés en deux groupes.

Le premier groupe concerne des familles dites « traditionnelles », où le mari est censé apporter de l'argent au foyer, et la femme s'occuper des enfants. Les familles traditionnelles sont majoritaires dans notre étude.

Depuis 10 ans c'est moi qui gère les enfants (Aurora)

Je m'occupe à peu près de tout, on va dire à 90% (Lorea)

Pour le moment, c'est moi qui m'occupe de la maison, de tâches ménagères et des enfants, même s'il aide un peu, il fait la vaisselle (Luzia)

Néanmoins, dans certains cas, il a été relevé la présence d'une sorte de « double peine » versus « double charge » dans le modèle traditionnel de famille. Par exemple, des cas dans lesquels c'est la femme qui amène le plus d'argent, ou qui travaille autant que le mari, mais également assure seule les tâches domestiques et les enfants.

Ce sont les femmes qui s'occupent des enfants et qui restent à la maison et le mari il travaille et il ramène l'argent donc c'est un peu une éducation traditionnelle (...) J'ai constaté, je n'avais pas fait attention, mais l'année dernière en fait c'est moi qui ai ramené le plus d'argent (Enea)

Il travaille autant que moi, donc, c'est moi qui gère tout le temps les enfants (Lavinia)

Dans le cas des familles traditionnelles, la création d'entreprise est considérée plutôt comme un moyen d'épanouissement pour la femme mariée et un complément de salaire, et non comme un véritable projet d'entreprise qui vise la croissance.

Nous sommes dans l'optique que je reste à la maison pour m'occuper des enfants, mais que je puisse avoir une activité pour m'épanouir et ramener un peu d'argent (Betixa)

Le deuxième groupe concerne des femmes en couple avec la caractéristique de chercher une distribution plus égalitaire des responsabilités du foyer, aussi bien en ce qui concerne les aspects économiques, que la distribution de tâches domestiques et la garde des enfants.

Il me soutient en tout, on se partage les tâches (Beronika)

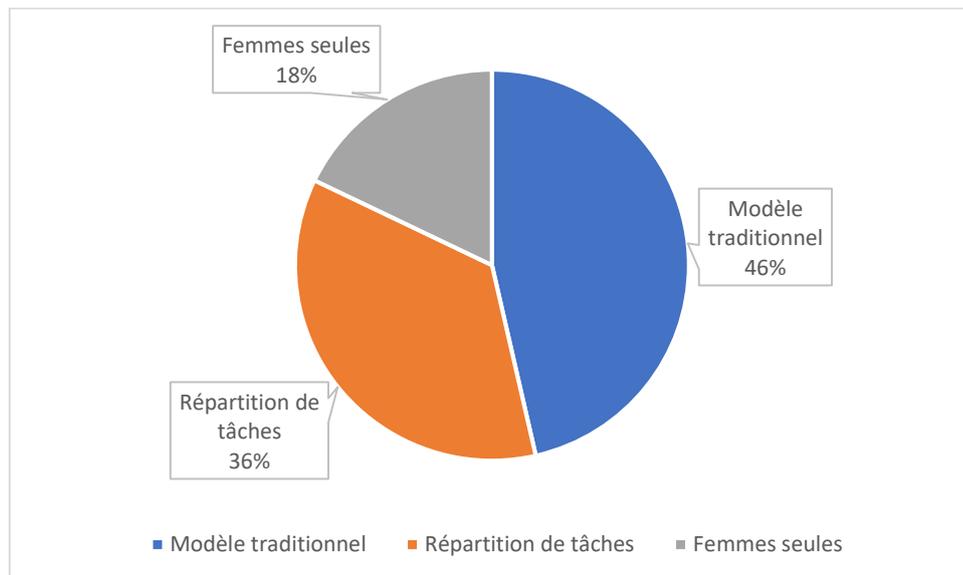
Il a fait le choix de s'arrêter presque 2 mois (...) pour m'aider et pour profiter du petit (Grazia)

A la maison, on se répartit les tâches (Zelia)

Tableau 12 : Type de famille

	Nombre de femmes	Pourcentage
Modèle traditionnel	13	46 %
Répartition de tâches	10	36 %
Femmes seules	5	18 %

Figure 12 : Type de famille



2.3 L'intention de croissance

L'intention de croître reflète la motivation de l'individu vis-à-vis de la croissance de l'entreprise. Elle agit conjointement avec les ressources, compétences, opportunités à disposition de l'entrepreneur pour atteindre cet objectif. Bien que considérée comme stable dans le temps, cette vision du futur que possède l'entrepreneur peut évoluer en fonction des expériences vécues et des changements dans sa vie personnelle ou professionnelle. Ainsi, elle peut être en concurrence avec d'autres objectifs (réputation, statut, environnement, style de vie, famille, etc.)

Nous avons questionné les mères entrepreneures par rapport à leur intention de faire croître leurs entreprises.

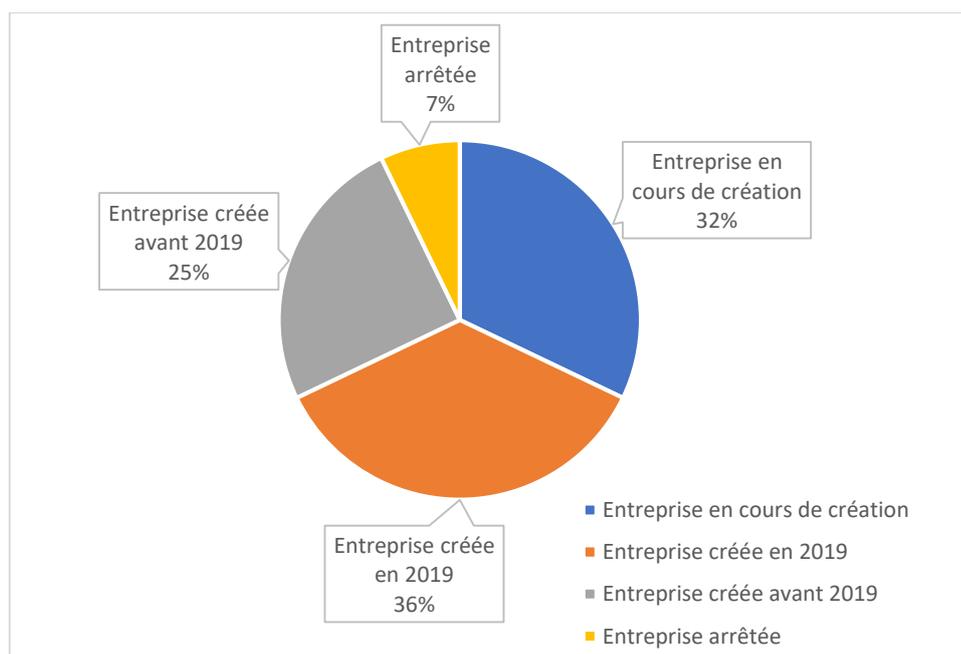
Parmi les 28 femmes interviewées, deux entreprises ne sont plus en activité, sept entreprises sont en activité depuis plusieurs années (25%), mais la plupart sont au stade projet (32%) ou viennent d'être créées (36%).

En tout, 68% des cas étudiés correspondent à des entreprises en lancement.

Tableau 13 : Date de création

Entreprise	Nombre	Pourcentage
En cours de création	9	32 %
Création en 2019	10	36 %
Création avant 2019	7	25 %
Arrêt en 2019	2	7 %

Figure 13 : Date de création



Même s'il y a une majorité de très jeunes entreprises, l'intention de croissance peut être évaluée au niveau de la fixation d'objectifs au moment de la création : quel est l'objectif de développement à 5 ans ?

L'analyse des motivations de croissance nous permet d'identifier deux profils type de mères entrepreneures : celles qui cherchent la croissance et celles qui ne veulent pas croître.

La moitié des femmes entrepreneures de l'étude (13 cas sur 26 entreprises) appartiennent au profil type de femme qui voudrait faire croître leur affaire.

Dans ce groupe, une majorité (7 sur 13) se permet de penser à une évolution des entreprises créées. L'idée de croissance des affaires n'est pas trop définie ni structurée, mais elle reste une image positive ou un désir qui n'est pas encore très clairement développé.

J'en ai plein des idées. Qu'est-ce qui m'arrêterait ? (Agustina)

Je suis en train de réfléchir avec d'autres mamans, pour que le concept, l'état d'esprit de ce que je suis en train de créer toute seule, ce soit plutôt quelque chose d'associatif (Lidia)

Les autres femmes (6 sur 13) regardent la croissance de manière plus timide, imaginant la création d'une petite structure, ou structure « à taille humaine ». L'idée principale est d'affronter l'augmentation prévue de travail avec un, deux ou trois salariés, en restant une petite structure.

Je n'ai pas une ambition de créer une grosse structure. Plus c'est grand plus il y a des contraintes, je souhaite rester à taille humaine (Milia)

Créer une structure à plus petite échelle en étant un ou deux, ou éventuellement un peu plus de personnes par la suite, tout en restant toujours une très petite structure (Zelia)

L'autre moitié des femmes entrepreneures de l'étude (13 cas sur 26 entreprises) concerne des femmes qui ne cherchent pas la croissance de leurs entreprises.

Dans ce groupe, deux raisons principales sont avancées pour expliquer le manque d'intérêt pour croître : (1) un problème de conciliation vie professionnelle/vie familiale, et (2) un choix de vie, ou une philosophie de non-croissance.

Les mères entrepreneures qui mobilisent l'argument de la conciliation vie professionnelle/vie familiale (5 cas sur 13) voient la croissance de l'entreprise comme une contrainte. Elles préfèrent prioriser d'abord en faveur des enfants. Pour elles, le fait d'avoir des enfants en bas âge empêche de réfléchir à une possible croissance de l'entreprise créée. Elles estiment que développer leur croissance demandera beaucoup plus d'investissement en temps pour l'entreprise au détriment d'un temps qu'elles jugent nécessaire pour s'occuper des enfants. Ce problème de croissance peut être envisagé comme ponctuel et conjoncturel en lien avec une phase de vie de la femme, et dans le cas présent en raison de la maternité et de la présence de jeunes enfants. Il est possible de penser à un changement d'attitude face à la croissance de l'entreprise une fois que les enfants auront grandi.

Je n'ai pas le temps d'arriver à évoluer plus car je veux aussi continuer avec mes enfants (...) j'ai l'impression que si j'évolue trop je vais peut-être sacrifier ma famille aussi (Lavinia)

L'idée est que le temps du travail prenne de plus en plus de place, mais au fur et à mesure que mes enfants grandissent (Oria)

L'autre groupe qui ne s'intéresse pas à la croissance est formé par des femmes qui ont fait le choix du travail en solo (6 cas sur 13) ou du travail en réseau (2 cas sur 13).

Dans le cas du travail en solo, il s'agit d'un désir d'autonomie qui n'est pas en relation directe avec le fait d'avoir d'enfants. Les femmes qui décident de travailler seules ne cherchent pas non plus une maximisation de revenus. Elles sont plutôt dans l'idée de travailler pour vivre et non de vivre pour travailler.

Mon idée ce n'est pas d'avoir un salarié avec moi, je suis bien à travailler toute seule (Bizenta)

Je n'ai pas d'objectif de développer pour développer et du coup potentiellement générer plus d'argent que ce dont j'aurais besoin en y consacrant plus de temps (Sofia)

Pour certaines, la réponse face à une augmentation de la demande est de développer le travail en réseau. De cette manière, elles participeraient à construire des projets de collaboration limités, sans augmenter leur temps de travail, ni embaucher de nouveaux collaborateurs.

Avoir un petit réseau qui fait la même chose que moi (Beronika)

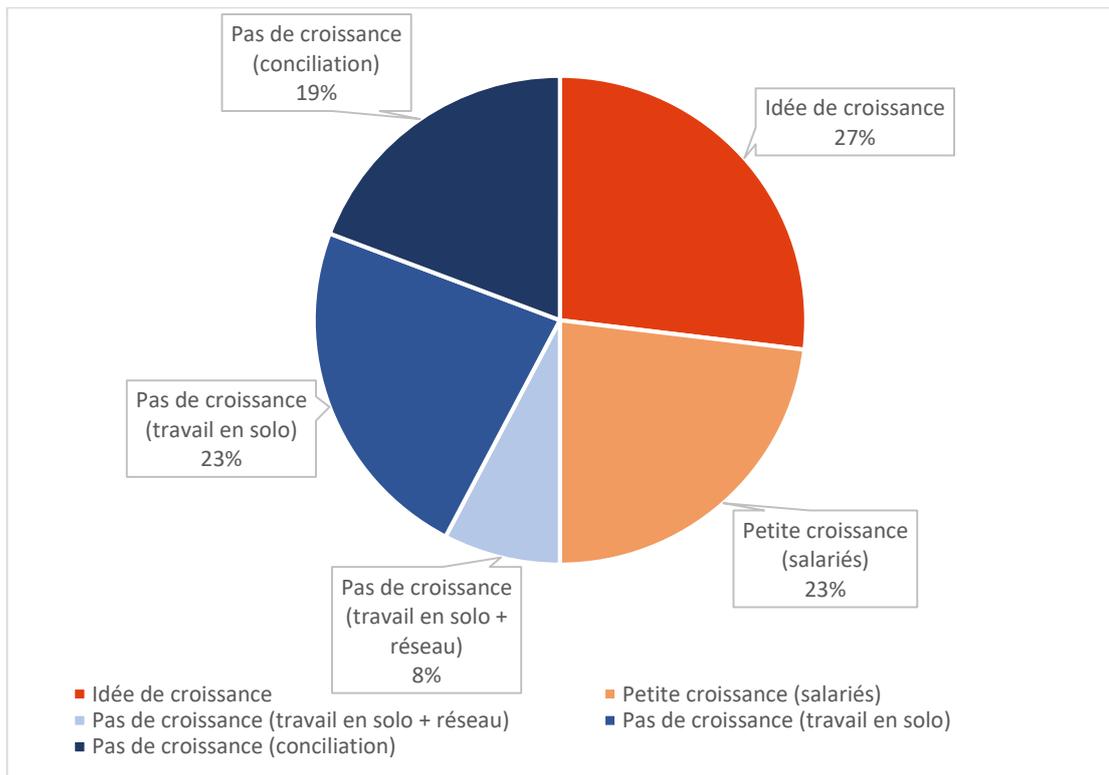
Je ne compte pas l'agrandir et embaucher. Plutôt je suis dans une démarche de partenariat avec d'autres personnes à son compte (Daniela)

En fait, la motivation de non croissance dans ce deuxième groupe peut être interprétée : (1) soit comme une question temporelle (la période de la maternité qui empêcherait le désir de croissance), et dans ce cas la motivation de croissance de l'entreprise serait inversement proportionnelle au temps dédié aux enfants (conciliation vie professionnelle/vie familiale) ; (2) soit comme un choix de vie de travail en solo. Pour ce dernier cas, les possibilités de développement doivent être interprétées dans l'optique de construction de réseau professionnel et non dans une optique de salariat.

Tableau 14 : Motivation de croissance

	Nombre	Pourcentage
Idée de croissance	7	27 %
Petite croissance (salariés)	6	23 %
Pas de croissance (travail en solo + réseau)	2	8 %
Pas de croissance (travail en solo)	6	23 %
Pas de croissance (conciliation)	5	19 %

Figure 14 : Motivation de croissance versus non-croissance



3. ANALYSE DE L'ÉCOSYSTEME ENTREPRENEURIAL

Un écosystème entrepreneurial implique des relations coopératives et productives entre différentes organisations. Dans un écosystème dynamique, les personnes et les idées circulent entre ces organisations, démarrant de nouvelles entreprises, rejoignant celles existantes et reliant l'innovation (GEM, 2014).

Il est le processus et le résultat de la construction à plusieurs niveaux (macro, méso et micro), composé de sous-systèmes en interaction.

Compte tenu du contexte de l'étude sur les mères entrepreneures en Pays Basque, l'écosystème entrepreneurial observé se situe plutôt à l'interface des sous systèmes méso et micro systèmes entrepreneuriaux. Pour être attractif pour les entrepreneures et leurs entreprises, il faut aussi intégrer les conditions locales dans lequel l'écosystème entrepreneurial s'organise. Aussi, la compréhension de cet écosystème de l'entrepreneuriat des femmes au Pays Basque nécessite d'étudier l'articulation entre le niveau individuel de l'action entrepreneuriale et le niveau collectif, c'est-à-dire les partenaires et acteurs locaux qui participent de cet écosystème.

3.1 L'impact culturel et les freins à la création

Compte tenu du contexte de l'étude, il a été retenu de présenter tout d'abord l'ancrage territorial et culturel des créatrices (a) ; suivi par les freins perçus à la création et développement des entreprises (b).

a. L'ancrage territorial et culturel

L'étude montre un sentiment d'appartenance forte au territoire basque et à la culture régionale. En entrepreneuriat, l'ancrage au territoire peut être défini comme « le processus et le résultat d'interactions entre une entreprise et son territoire, fondées sur la volonté de créer collectivement des ressources spécifiques et localisées, permettant une longue période de sédentarité d'une entreprise » (Bousquet, 2014). Ici, l'ancrage territorial au Pays Basque est bien présent, principalement pour les femmes qu'y sont nées. Elles voient le besoin de rester dans le territoire, car c'est là où elles se sentent bien.

Je ne suis jamais partie du Pays Basque et je n'ai pas envie de partir non plus, pour moi c'est le plus beau pays du monde (Betixa)

On est bien ici, on a nos racines, notre culture, l'identité tout ça, la famille, je ne me voyais pas vivre ailleurs que là (Izar)

Le sentiment d'ancrage est tellement profond qu'il impacte la vision qu'elles peuvent avoir sur le développement ainsi que sur les personnes qui sont parties vivre ailleurs.

L'arbre quand il est bien enraciné, il se développe correctement (Agustina)

On sent que nos aînés ont eu la tristesse de voir partir leurs enfants et réfléchissent à la façon de les faire revenir (Lamia)

Plusieurs femmes parmi celles qui ne sont pas originaires du Pays Basque développent également un ancrage vis-à-vis du territoire. Le Pays Basque apparaît aux yeux de ces femmes comme un lieu calme, protégé, avec une qualité de vie qu'elles ne pourraient pas trouver ailleurs. Cela les rassure dans leur choix de travailler et d'élever leurs enfants dans un lieu sûr et agréable, éloigné des problèmes des grandes métropoles.

Nous sommes ici comme dans une bulle, hyper protégées (Barbara)

On est très bien intégrés et on n'envisage pas de partir ailleurs. Parce qu'il y a une qualité de vie, une sérénité...On se sent bien en termes de la sécurité des personnes (Virginia)

Néanmoins, au-delà des aspects positifs de la région, le choix de vie protégée et calme a aussi des conséquences sur les possibilités de développement.

Moi qui étais carriériste, je n'ai pas fait de carrière (Balentina)

La région semble être imprégnée par un modèle traditionnel, appelé quelques fois dans le discours des femmes (aussi bien par les femmes basques que par celles qui sont venues s'y installer) comme une « culture machiste ».

Ça fait un an que je suis ici. Je trouve que c'est très machiste ici (Anuxha)

Ils sont machos les basques (Aurora)

C'est vrai qu'on voit encore qu'on est beaucoup dans une culture de macho, rien qu'en regardant le sujet égalité femme/homme, les différences de salaires pour même poste/expérience (Irtxe)

Cette culture machiste se répercute directement sur la construction du projet professionnel des femmes. Il peut être porté par les hommes (le cas des maris), mais aussi par les mères qui incitent leurs filles à perpétuer le modèle de famille traditionnelle.

Ce qui peut atteindre sa virilité, ça va être le fait que moi sa femme, je consacre moins de temps à lui, que je ne sois pas à ses petits soins (Enea)

Je voulais absolument bosser mais ma mère me répétait que ma place était à la maison car mon conjoint travaillait 50h/semaine (Domeka)

Certaines de ces femmes doivent faire face à des attentes et des pressions sous-jacentes diffusées par la société. Elles peuvent s'en trouver fragilisées car elles ne savent pas quelle réponse adéquate apporter face à la complexité des différents rôles qu'elles doivent assumer.

Trois ans de congé parental, « mais, vous êtes toujours en vacances ? » (Aurora)

J'ai vu d'autres cas où les femmes restent à la maison. Elles étaient doublement punies, car si elles ne travaillent pas, on leur reprochait de ne pas amener de

salaire, mais si elles travaillent, on leur reprochait de ne pas s'occuper des enfants (Betixa)

En tant qu'entrepreneures, elles ressentent le poids culturel comme une contrainte, spécifiquement lié à un manque de légitimité ou de crédibilité par rapport à l'entrepreneuriat féminin.

Il y a aussi le regard que la société porte aux femmes, nous sommes peut-être moins crédibles comme entrepreneuses (Balentina)

Une femme, elle est moins prise au sérieux quand elle a un projet d'entrepreneuriat alors que pour un homme c'est évident (Enea)

Je pense qu'il y a une chose dont on ne parle pas : les freins, barrières psychologiques d'être à son compte. Moi ça m'est déjà arrivé qu'on me demande « qui est votre patron ? » par exemple (Grazia)

Je pense que les femmes, on n'est pas prise encore au sérieux. On a toujours besoin de prouver encore plus qu'un homme, c'est mon impression (Lavinia)

Cela se traduit aussi par la peur de l'échec et du regard de la société face à un échec.

Si l'entreprise de l'homme ne marche pas, on lui jettera moins la pierre, tandis qu'à une femme, on lui dira qu'elle est folle d'avoir tenté ça (Betixa)

Si on monte sa boîte et qu'on échoue, socialement parlant, ce n'est quand même pas bien vu (Bizenta)

La culture basque peut, dans certains cas, devenir un frein pour la création d'entreprise. Spécifiquement, la maîtrise de la langue basque est un facteur important à intégrer pour les entrepreneures, surtout si elles visent une clientèle du Pays Basque intérieur.

La culture ici est très forte, particulière (...) Moi je ne suis pas originaire d'ici, ça peut être un frein pour certaines personnes car la culture ici est très forte (Beronika)

Nous pensons qu'à l'heure actuelle, c'est un frein de ne pas parler la langue, si nous voulons travailler ici (Betixa)

Parce qu'il y a un frein aussi bien pour la création d'entreprise ou la recherche d'emploi qui est la langue basque (Diana)

b. Les freins perçus

Au-delà des aspects culturels, la thématique des freins bureaucratiques apparaît également. Comme souvent, ce sont les démarches à effectuer dans le cas d'une création d'entreprise qui sont les plus souvent mises en avant.

J'ai mis 1 an pour pouvoir lancer mon activité le temps pour comprendre le «marasme» administratif français et de valider la formation nécessaire pour avoir le droit d'exercer (Anuxha)

Franchement, au début c'est l'administration. C'est très galère. C'est très long, c'est très compliqué et on a intérêt à être bien accompagné (Aurora)

Les freins, je trouve qu'ils sont d'arriver à trouver les bonnes informations, de faire le tri et d'y voir clair, et cela met quand même du temps (Daniela)

Un autre aspect à étudier de la création d'entreprise concerne la relation des femmes avec l'argent. Ce rapport à l'argent des entrepreneures s'exprime ici de deux façons différentes.

D'une part, les femmes ont un ressenti négatif par rapport aux financements externes, principalement bancaires.

Le plus gros souci pour les femmes est le financement du début du démarrage, étant donné que les banques prêtent plus aux hommes (Betixa)

Moi, le frein, ça a été l'argent (...) Je bloque en fait sur les banques. Je ne voulais pas d'un emprunt à la banque (Diana)

D'autre part, il apparaît un problème concernant la relation à la valeur économique du travail qu'elles effectuent.

Après, il y a toute la partie argent aussi. C'est moins évident. Je ne sais pas du tout combien vaut mon travail. Financièrement c'est un frein aussi pour se lancer (Enea)

Peut-être que les femmes, on a des problèmes avec l'argent. Nous avons un rapport particulier avec l'argent. On a du mal à faire beaucoup d'argent (Luzia)

Les femmes de l'échantillon évoquent des problèmes pour croire en leurs capacités. Elles doutent d'elles mêmes, manquent de confiance et d'auto estime ce qui les freine dans leur projet entrepreneurial.

Malheureusement on est constamment dans le doute, chose que ne partagent pas à mon avis les entrepreneurs masculins, je pense que le doute et le besoin d'être rassurées en permanence, d'avoir confiance en nous, etc., et cela nous conditionne (Bitoni)

On a toujours des peurs et des doutes. Ça peut être l'entourage familial qui a peur ou qui se pose plein de questions (Milia)

J'ai juste des freins en me disant : « est-ce que ça va marcher, est-ce que ce n'est pas trop utopique, ce que je fais est-ce que c'est bien ? » Ce sont plus des doutes sur ma capacité créative, c'est là où je doute en fait (Lorea)

Un des freins que j'ai c'est que je ne suis pas du tout douée pour la prospection, et que je ne sais pas comment m'y prendre, donc du coup je repousse (Oihana)

Après, moi j'ai un manque de confiance en moi, du coup il faut toujours que je fasse plus (Lavinia)

3.2 La garde des enfants

La garde des enfants est un point important à considérer quand on étudie le travail des femmes, indépendamment qu'elles soient salariées ou entrepreneures.

En France, différents modes existent pour faire garder son (ses) enfant(s) et libérer du temps pour les parents pour travailler. Ces modes d'accueil peuvent être collectifs, individuels ou un mixte des deux¹³.

L'accueil collectif est assuré par des structures collectives : **crèche, halte-garderie, micro-crèche, multi-accueil, jardin d'enfants**, regroupées sous l'appellation d'EAJE (Établissements d'Accueils du Jeune Enfant). Leur mission est d'accueillir les enfants dans un espace collectif pour répondre aux besoins de garde des familles. Le personnel est qualifié avec en grande majorité des puéricultrices, des éducateurs de jeunes enfants, des auxiliaires de puériculture. Le tarif appliqué est en fonction d'un barème établi par la CAF (qui en est également le principal financeur) ; il tient compte des revenus de la famille et du nombre d'enfants à charge.

L'accueil individuel est assuré par des **assistant(e)s maternel(le)s (ou nounous)** à leur domicile contre rémunération (fixée librement). Pour pouvoir exercer, la nounou doit obligatoirement avoir un agrément du service départemental de protection maternelle et infantile (PMI). Cet agrément détermine l'âge et le nombre d'enfants pouvant être accueillis simultanément (au maximum 4 enfants de moins de 3 ans).

L'accueil de type intermédiaire individuel et collectif par un(e) assistant(e) maternel(le) est proposé par le **service d'accueil familial (crèche familiale)** ou dans le cadre de **Maison d'Assistants maternels (MAM)**.

- **La crèche familiale** emploie des assistant(e)s maternel(le)s agréé(e)s **qui accueillent les enfants à leur domicile**. Une ou deux fois par semaine, les enfants bénéficient d'un regroupement collectif dans les locaux de la crèche. L'assistant(e) maternel(le) est rémunéré(e) par le gestionnaire de la crèche. Les parents versent leur salaire directement à la crèche (en fonction d'un barème), ce qui simplifie les démarches.
- **La Maison d'Assistants maternels (MAM)** regroupe des assistant(e)s maternel(le)s agréé(e)s qui accueillent les enfants **en dehors de leur domicile, dans des locaux adaptés appelés MAM**. Les MAM permettent à 4 assistants maternels maximum d'accueillir chacun de 1 à 4 enfants (soit au maximum 16 enfants simultanément). La nounou qui exerce dans une MAM est salariée des parents qui l'emploient.

¹³ Les informations sur les différents dispositifs de mode de garde proposés aux parents nous ont été expliquées avec clarté par les représentants des différentes institutions de l'écosystème territorial lié à la petite enfance de la Communauté d'Agglomération, de la CAF, un Directeur de crèche et des Assistantes maternelles familiales.

Bien que la garde des enfants s'envisage, dans la plupart des cas, dans une logique globale de couple, relevant de la responsabilité du père aussi bien que de la mère¹⁴, il reste que, dans les faits, la tendance est de considérer la garde d'enfants comme une problématique féminine.

Dans le Pays Basque, une pluralité de dispositifs de modes de garde est proposée aux parents de jeunes enfants. Lors de nos entretiens, il est apparu que leur accès est relativement facilité comparé à d'autres régions de France.

L'enquête sur la petite enfance 64 montre que les principales formes de garde d'enfants sont les assistantes maternelles à domicile (36%), la crèche collective (31%) et les parents (15%) plus les grands parents (3%), les modes de garde mixtes (11%) et autres (4%). Dans l'ensemble (93%), les répondants se déclarent satisfaits ou très satisfaits du mode de garde d'enfants de moins de 3 ans.

Les parents choisissent très majoritairement un mode de garde proche de leur domicile, à moins de 15 minutes pour se rendre sur le lieu d'accueil de leur enfant. Des temps de trajets qui témoignent de la bonne couverture territoriale de l'offre d'accueil sur le département. Les trois quarts des répondants ont des besoins d'accueil au moins 4 jours par semaine et un quart aurait des besoins en horaires atypiques : au moins une fois par semaine avant 7h30 (23%) ; après 19h (25%) et le week-end (19%). Quasiment un parent sur deux ayant des besoins d'accueil après 19h recourt à un mode d'accueil complémentaire ; le plus souvent aux grands-parents (62%) ou à l'un des deux parents (36 %).

On peut cependant noter que les parents d'enfants de moins de 3 ans sont 65% à être tout à fait satisfaits, alors que les parents d'enfants de 3 à 6 ans ne sont que 36% à exprimer le même niveau de satisfaction (en sachant que 88% des enfants de 3 à 6 ans sont scolarisés à plein temps). Les motifs de mécontentement évoqués sont une amplitude horaire insuffisante, des difficultés d'organisation pour les parents travaillant en horaires atypiques, un coût trop élevé, la qualité d'accueil et d'accompagnement jugée insuffisante, des difficultés à trouver des modes d'accueil occasionnels, des assistantes maternelles qui ne « veulent pas de périscolaire », un rythme trop soutenu pour les enfants fréquentant la garderie, et les services fermés durant les vacances scolaires.

Concernant les mères entrepreneures de notre étude, la perception des femmes est qu'il existe différentes alternatives de modes de garde des enfants au Pays Basque, disponibles et accessibles.

Il y a plein de structures qui existent et sans difficultés pour les places (Bizenta)

¹⁴ D'après l'enquête parentalité 64 sur les caractéristiques des foyers avec des enfants, les parents interrogés considèrent la conciliation vie professionnelle, vie familiale comme la plus grande difficulté de la parentalité (57% ont trouvé que c'est le plus difficile en tant que parents, ce chiffre s'élève à 64% dans le cas de parents d'enfants de moins de 6 ans). Plus du quart des familles de la région sont des familles monoparentales (27,6 % en 2015).

Dans l'absolu je crois que les modes de garde qui sont proposés ici, au Pays Basque, sont assez larges, il y a du choix, c'est assez souple (Daniela)

A Itxassou, les places en crèche, en s'inscrivant à l'avance, il n'y a pas de souci (Izar)

Nous sommes dans un petit village où les écoles sont en manque d'effectifs, du coup ils les prennent un peu plus petits, avec une toute petite section (Betixa)

Plusieurs familles ont choisi la crèche pour faire garder leurs enfants, et en même temps elles complètent en se répartissant la garde entre les parents.

La crèche de la communauté d'agglo à Espelette avait des places. Mon petit garçon ne va pas faire des temps pleins à la crèche et il va falloir gérer entre moi et mon mari (Grazia)

Il y a une place en crèche comme pour l'aîné. En fait, moitié du temps en crèche, moitié avec le papa, en congé parental (Lamia)

On a aussi la chance d'avoir eu une place en crèche, ce qui nous permet de se dégager du temps (Iratxe)

Néanmoins, d'autres familles préfèrent ne pas faire garder leurs enfants en crèche ou par des assistantes maternelles et choisissent de garder leurs enfants elles-mêmes ou de faire appel aux grands-parents.

Ma priorité, c'était élever mes enfants. Et pour moi, c'était plus fort que l'épanouissement professionnel. Donc j'ai pris des congés parentaux pour les deux, j'ai fait ce genre de choix (Lidia)

La place et le rôle des grands-parents sont importants dans le choix de garde des enfants. Il s'intègre dans le choix de mode de vie des familles. Dans plusieurs cas, le recours aux grands-parents, et notamment aux grands-mères se situe dans le cadre d'un « ordre naturel » du fait de la poursuite d'une tradition familiale. Les jeunes parents bénéficient de l'appui de leurs parents en reproduisant ce qu'ils ont eux-mêmes connu quand ils étaient petits.

J'ai ma mère à côté. Nous, on n'a jamais été à la crèche (Agustina)

J'ai eu la chance d'avoir mes parents qui gardaient mes enfants (Lavinia)

La petite est gardée par les deux grand-mères - ma mère et ma belle-mère. C'est un choix qu'on a fait pour les trois, nous préférons les faire garder par les grands-mères, qu'à la crèche (Luzia)

Au-delà du rôle de garde principale des petits, les grands-parents sont aussi mobilisés pour les enfants qui vont déjà à l'école afin d'assurer les temps de garde périscolaire ou la garde des mercredis.

Pour les mercredis, on essaiera de la mettre l'après-midi, voire la journée chez ses grands-parents (Bitori)

Elle sera chez ses grands-parents le mardi soir et ils la garderont tout le mercredi puisqu'elle n'a pas école (Oihana)

Moi ce que j'ai pu en tout cas vivre, pour moi ça n'a pas été la garde d'enfant parce que je suis entourée parce que je ne suis pas une femme seule, j'ai de la famille ici (Diana)

Dans notre enquête, toutes les femmes interrogées disent avoir toujours réussi à trouver un mode de garde dont elles avaient besoin pour leurs enfants.

L'éventail des dispositifs de garde et les combinaisons de méthodes choisies sont différents selon les familles. Pour la plupart, les modes de garde varient en fonction de l'âge des enfants. Les plus petits sont gardés par les parents, les grands-parents, des assistantes maternelles indépendantes ou des salariées en structure collective. Les plus âgés vont à l'école et peuvent compléter par la garderie, le centre aéré, les grands-parents ou des nounous qui font du périscolaire.

Selon les cas, il peut s'agir d'une combinaison de dispositifs collectifs et individuels. Par exemple, les enfants tout petits peuvent être gardés par les grands-parents et en crèche ; ou bien pour les enfants qui vont à l'école, ils restent à la garderie et/ou sont récupérés ensuite par leur nounou.

La garde d'enfants ne se présente pas comme un problème dans le cas de notre étude. Parfois, le mode de garde utilisé ne correspond pas au premier choix du couple (cas où l'enfant est gardé par une assistante maternelle, faute de places en crèche).

Néanmoins, une réflexion concernant les prix et les disponibilités horaires des modes de garde seraient une piste nouvelle à étudier. Quelques unes des femmes interrogées lors de l'enquête ont évoqué des propositions qui pourraient aider à imaginer des solutions aux problèmes de garde que d'autres femmes pourraient rencontrer. Pour ces femmes, la réflexion devrait porter plutôt sur une amélioration « qualitative » de l'offre existante que « quantitative » en termes d'augmentation de nombres de places quel que soit le mode de garde.

Deux aspects principaux ont été évoqués : l'argent et le temps.

Concernant le côté économique, du fait des différences de coût parfois importantes entre les différents dispositifs proposés, certaines femmes se plaignent de cette différence et du coût de la garde en général.

Les modes de garde, c'est un vrai coût (...) Il serait intéressant de donner des allocations pour les gardes, pour les papas et pour les mamans (Aurora)

Apparemment, le travail d'Andere Nahia cette année, ils ont un travail pour inclure les frais de garde dans les frais d'entreprise justement, ben oui il le faudrait (Enea)

Concernant les disponibilités horaires, même si la profusion de dispositifs de garde propose des horaires amples en journée, des femmes se préoccupent pour le cas des dépassements d'horaire. Cela peut être le cas des réunions de travail plus tard que les horaires de garde, ou le besoin de travailler en weekend, par exemple.

Ça serait bien qu'il y ait une structure qui prend le relais par rapport à la garde des enfants, ou d'avoir une personne à domicile qui puisse accompagner ma fille à l'école, aller la chercher (Milia)

L'idée d'un co-working familial... Où je pourrais me rendre dans l'espace de coworking de manière flexible avec mon enfant (Sofia)

La meilleure structure de support pour une femme ? C'est Andere Nahia avec une crèche (Grazia)

L'idée d'avoir un espace de garde d'enfants dans l'espace de coworking, ainsi que l'idée de considérer les frais de garde parmi les frais d'entreprise ont été proposées par trois femmes parmi les vingt-huit de notre étude.

3.3 L'accompagnement à la création

Le Pays Basque compte sur une multiplicité de dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise. En France, les dispositifs d'accompagnement peuvent être regroupés sous différents noms et institutions (pépinières, incubateurs, hôtel d'entreprises, etc.). Ils permettent l'obtention, tout au long de la vie de l'entreprise, d'un soutien personnalisé composé de services logistiques, de conseils, de financement et l'accès à un réseau professionnel.

Dans l'étude des entrepreneures, il apparaît qu'une majorité des femmes en phase de création sont aidées par le Pôle Emploi. En effet, elles utilisent les allocations chômage afin de pouvoir développer leur projet d'entreprise et financer le premier temps d'activité.

Oui, allez ! Je les prends, je les utilise pour monter mon projet ». Donc aujourd'hui, en fait, je vis de, je vis avec mes droits pôle emploi (Agustina)

La perception par les entrepreneures des différents dispositifs d'accompagnement est plutôt positive et, dans plusieurs cas, il a été reconnu comme nécessaire pour déclencher la création d'entreprise par les femmes.

Ici, je trouve qu'il y a quand même beaucoup d'aide et beaucoup d'associations qui existent. Je trouve que la région est plutôt à accompagner et soutenir l'entrepreneuriat. Dans les réseaux que j'ai rencontrés, il y a aussi un bon accueil (Bizenta)

L'écosystème pour monter mon activité était bien balisé (Bitori)

Les femmes ont l'impression qu'elles n'auraient pas pu créer leurs entreprises sans l'aide et le support des structures d'accompagnement.

La couveuse d'entreprises a été un bon moyen, je pense que je fonctionne un peu comme ça, j'ai besoin de me rattacher à une sorte d'institution, et d'être accompagnée (Daniela)

C'est très important d'être bien accompagnée parce qu'on peut vite perdre pied. Moi personnellement, j'ai des réticences, j'ai besoin d'être entourée (Milia)

Ça a été un gros déclencheur, c'est ce qui m'a conforté, bah, c'est ce qui m'a fait basculer. Andere Nahia a vraiment eu un rôle énorme. Ça a été mon rayon de soleil. Je ne l'aurais pas fait toute seule (Virginia)

Le besoin d'un accompagnement absolument nécessaire est généralement couplé avec le ressenti de faiblesse quant à leurs capacités à entreprendre et leurs doutes, que l'accompagnement aide justement à surmonter.

Ce qui était sûr, c'est que je ne me voyais pas créer mon activité sans aide (...) Je ne sais pas si j'aurais pu avoir les ressources toute seule en fait (Lidia)

Je ne me voyais pas du tout capable de créer ma propre activité (Daniela)

Mon plus gros soutien a été Andere Nahia. Enfin, une entreprise, pour moi, est-ce que j'en étais capable ? Je ne savais pas par quoi commencer (Diana)

Je ne sais pas si j'aurais pu créer sans cet accompagnement, dans tous les cas j'aurais beaucoup moins bien préparé mon entreprise, je n'aurais pas assez préparé le projet. Je ne savais pas par où commencer (Luzia)

Les entrepreneures interrogées soulignent également d'autres rôles qui vont bien au delà d'un accompagnement pour le montage du projet et un partage d'informations sur les dispositifs d'aides et d'accompagnement.

Pour la plupart, la structure d'accompagnement est perçue comme un moyen de lutter contre la solitude.

Et quand j'ai été suivie par Andere Nahia ça m'a aidé à me sentir un peu moins seule (Anuxha)

Il y a des entrepreneures qui se sentent seules (Barbara)

De pouvoir parler on se sent moins isolées, parler avec d'autres femmes qui entreprennent, on se rend compte que finalement elles traversent les mêmes choses que nous (Izar)

Un grand nombre de femmes mentionnent aussi l'importance de pouvoir se retrouver entre femmes pour partager leurs problèmes au sein de la structure.

Je me suis tournée vers Andere Nahia pour cette raison-là, parce que c'était exclusivement féminin et collectif (Enea)

Les principes de l'association me plaisent beaucoup, parce que c'est vraiment basé sur l'entraide en fait. Le partage de compétences, ça manque quand on est tout seul. Ça fait du bien de se retrouver entre entrepreneures (Grazia)

Et j'ai trouvé que c'était super en fait de pouvoir rencontrer d'autres femmes qui traversent un peu les mêmes choses que nous donc c'était un peu des temps d'échange (Izar)

Dans l'étude, il apparaît aussi une impression sur le rôle de facilitateur des structures d'accompagnement.

Il y a certainement des opportunités, oui. Il y a sûrement des effets de leviers possibles mais, en vrai, ils sont quand même hyper difficiles à activer. Concrètement pour les activer, il faut être soit « adoubé » par je ne sais quelle structure qui avec le temps a fait sa place, soit il faut avoir beaucoup de chance (Lamia)

Les femmes interrogées lors de l'étude proposent aussi des voies d'amélioration pour développer la création d'entreprises par des femmes.

Ces propositions viennent soutenir l'importance :

- d'une meilleure diffusion des *role models*

Pour améliorer les taux de création d'entreprises portées par des femmes il faut peut-être leur dire qu'elles peuvent le faire car il y en a qui ne s'imaginent pas (Beronika)

- de poursuivre le développement en réseau d'entrepreneuriat féminin

Une association, une fédération où des femmes entrepreneuses, des mères entrepreneuses pourraient adhérer. Avec tout un tas de personnes identiques, qui ne feraient pas du tout le même type d'activités, mais qui pourraient générer cette entraide. Une sorte de collectif, ce serait la même chose que les mamans d'école qu'on voit au parc sur le banc : "Ah toi tu sais faire ça, des gâteaux, et bien demain c'est toi qui amènes le goûter pour tout le monde" (Lorea)

- D'une véritable prise en compte des problématiques spécifiques liées aux mères qui entreprennent comme par exemple comment gérer l'après accouchement.

[Il faudrait de la] sensibilisation pour réfléchir à l'après accouchement. Comment vivre l'arrêt de votre activité. Mettre en place des ateliers avec des retours d'expérience, des groupes de parole et d'échanges, des astuces pour ne pas perdre des clients en cours de route (Daniela)

CONCLUSION

L'étude sur le profil des mères entrepreneures au Pays Basque permet de visualiser les désirs, les ambitions, les problèmes et les défis des femmes qui entreprennent au moment de la maternité, mais aussi leur relation avec l'écosystème entrepreneurial et les besoins qui se présentent. Elle apporte également une réflexion sur des voies d'amélioration du taux de création et de pérennité de ces entreprises.

Le groupe de femmes qui ont été interrogées dans cette étude est composé par des femmes qui sont en même temps mères d'enfants en bas âge (ou enceintes) et créatrices d'entreprise.

L'analyse de leur parcours de vie montre une **volonté de construction professionnelle**. Elles recherchent un épanouissement aussi bien dans leur rôle de mère que dans leur développement professionnel. Pour ce faire, ces femmes tendent à s'éloigner intuitivement du modèle traditionnel de la femme au foyer, mais cet éloignement se fait de manière plutôt contrôlé afin de leur permettre d'équilibrer les temps et d'harmoniser leurs différents rôles de femme, de mère et d'entrepreneure.

La quête de construction professionnelle se fait, dans une majorité des cas, à partir d'un parcours qui prend forme étape après étape. Ainsi, la construction de la carrière peut se présenter comme un suivi de périodes de salariat, de chômage, de formation et de création d'entreprise. Les changements s'enchaînent comme des réaménagements autour de la vie familiale afin de réagir ou d'accompagner des situations nouvelles qui se présentent (comme par exemple un déménagement dans le cas des femmes qui suivent leur conjoint), ou pour repartir ou rebondir suite à une insatisfaction au travail. Bien que la plupart des femmes semblent considérer le salariat comme une voie plus sûre de travail que la création d'entreprise, elles décident cependant d'entreprendre afin de combler les difficultés perçues du salariat, aussi bien en ce qui concerne l'insatisfaction avec le travail que l'absence de postes de travail disponibles dans le territoire visé.

Les **motivations de création d'une entreprise** sont ainsi principalement liées à de l'insatisfaction avec l'emploi ou les emplois précédents, à un désir d'indépendance avec la possibilité d'avoir une indépendance financière afin de ne pas avoir à dépendre de son conjoint, et à la recherche de conciliation entre la vie professionnelle et la vie familiale. Ces femmes recherchent la flexibilité associée à l'entrepreneuriat comme un vecteur de conciliation afin de pouvoir développer l'intégralité des rôles qu'elles veulent assumer : entrepreneure, mère, femme, épouse.

Parmi les problématiques rattachées à celles de la femme qui travaille, la problématique concernant la **garde d'enfants** apparaît souvent comme l'une des plus délicates à résoudre. Or, il a pu être constaté que le Pays Basque dispose d'un dispositif d'aide et d'accompagnement de la petite enfance assez exemplaire, par le nombre d'enfants accueillis et par une variété des modes garde collectifs et individuels proposés aux familles avec les crèches, micro-crèches, assistantes maternelles, etc. Pour la plupart des femmes interrogées, la garde de leurs enfants afin de dégager du temps pour travailler

n'a pas été évoquée comme une difficulté majeure. Une minorité de femmes a cependant évoqué le besoin et des attentes en matière de modularité des horaires, mettant en avant que les propositions actuelles se calquaient plus sur des horaires « classiques » de salariat, moins adaptés, selon les cas, à celui des entrepreneures. En effet, même si les plupart des modes de garde proposent des créneaux horaires amples (par exemple la plupart de crèches sont ouvertes dès 7h30 du matin jusqu'à 18h30 le soir ; dans le cas des assistantes maternelles indépendantes, les enfants peuvent être accueillis plus tard jusqu'à 19h30 ou 20h), la question de la garde du soir ou du week-end des enfants peut s'avérer difficile. Bien que les entrepreneures la considèrent comme plutôt occasionnelle, elles mettent en avant son caractère onéreux qui pèse comme une contrainte non seulement sur le budget de la famille mais sur le développement de leur entreprise.

Au-delà de la garde d'enfants, qui ne se présente pas comme une difficulté majeure pour la plupart des femmes, la **peur du risque** associée à l'entrepreneuriat s'avère une difficulté importante.

Cette peur peut venir de l'incertitude qui recouvre la création d'entreprise mais également d'une difficulté, pour une majorité des femmes, de s'imaginer comme des femmes entrepreneures réussies.

Pour améliorer les taux de création d'entreprises portées par des femmes, il faut peut-être leur dire qu'elles peuvent le faire car il y en a qui ne s'imaginent pas (Berinika)

Face à un **manque de modèles de femmes qui entreprennent** et qui pourraient donner l'exemple et rassurer, les mères entrepreneures avancent dans la voie de la création de manière timide et protégée. Ce « besoin » de protection est visible dans les ambitions et objectifs déclarés par les femmes. Une partie d'entre elles voient leur entreprise comme un complément de salaire pour le foyer, ou comme un hobby qui peut les aider à s'épanouir. Ce positionnement place la création des mères entrepreneures dans une « zone de confort », sans prise de risque, et renforce le caractère de petite entreprise locale sans ambition de croissance. En même temps, cela empêche de mobiliser des ressources qui pourraient les aider à mieux positionner leur entreprise, afin d'assurer la survie et le développement.

De plus, les femmes interrogées lors de l'étude révèlent un certain sentiment de **solitude** dans leur expérience de création d'entreprise. L'entrepreneuriat, contrairement au salariat, implique très souvent une démarche solitaire. L'accompagnement à la création aide à combler la sensation de solitude des femmes qui entreprennent, mais il est encore plutôt limité à la période de démarrage d'activité pendant les deux ou trois premières années. Le déploiement d'un accompagnement à moyen et long terme, dans lequel les femmes qui ont réussi (avec des projets matures) peuvent travailler avec les femmes qui commencent (avec des nouveaux projets), dans une dynamique de partage d'expériences et de modèles à suivre, peut servir à améliorer les aspects négatifs de la perception du risque et de la sensation de solitude.

La réalité de la vie professionnelle, personnelle et familiale des femmes est complexe. Les femmes, mères et entrepreneures, doivent faire face à différents rôles successifs ou concomitants qui varient et/ou s'entremêlent tout au long de leur vie de femme et de leur choix familiaux. La proposition de **pouvoir compter sur des groupes d'échanges permettant un accompagnement post-crédation** doit être regardée sous la loupe de l'étape de vie de la femme.

Réunir des femmes qui sont dans la même situation, par exemple celle de la création d'entreprise au moment de la maternité, peut permettre une meilleure construction de réseaux d'entraide. De la même manière qu'elles le font au sein des réseaux des parents de l'école, elles peuvent trouver des supports et des conseils parmi les pairs.

Une association, une fédération où des femmes entrepreneures, des mères entrepreneures pourraient adhérer. Avec tout un tas de personnes identiques, qui ne feraient pas du tout le même type d'activités, mais qui pourraient générer cette entraide. Une sorte de collectif, ce serait la même chose que les mamans d'école qu'on voit au parc sur le banc : "Ah toi tu sais faire ça, des gâteaux, et bien demain c'est toi qui amènes le goûter pour tout le monde" (Lorea)

Le développement des réseaux de femmes qui entreprennent dans des étapes de vie similaire permet également l'entraide par rapport à la garde des enfants dans les horaires exceptionnels. Les femmes peuvent s'occuper de leurs propres enfants et de ceux des autres mères à tour de rôle et suivant des besoins ponctuels.

Un sujet récurrent et très important qui apparaît dans le discours des femmes qui entreprennent est celui du financement et de la **gestion financière** de l'entreprise en phase de création ou nouvellement créée. Le rôle du Pôle Emploi, au travers des allocations chômage, est un tremplin fondamental pour aider les femmes à trouver le temps de préparer leurs projets d'entreprise en étant assurées d'être soutenues financièrement en même temps. Néanmoins, le problème d'un soutien financier se présente une fois que les allocations sont terminées et au moment où les femmes doivent commencer à vivre de leurs nouvelles activités.

Monter son entreprise, ça reste une chose assez compliquée. Bon plutôt la monter c'est facile, mais c'est de pouvoir en vivre qui est plus compliqué (Lamia)

Encore ici, le développement et le renforcement du réseau peut aider dans le développement des entreprises. Un réseau adapté aux mères et entrepreneures, couplé à un service d'accompagnement à la croissance, avec une forte connotation financière peut aider à surmonter l'aversion au risque et permettre aux femmes de visualiser une croissance au fur et à mesure que les enfants grandissent. La métaphore que l'entreprise est un enfant prend toute sa place dans le cas de ces femmes, en considérant qu'il y a une période de démarrage d'à peu près trois ans et après vient le développement.

Mon troisième enfant, c'est mon entreprise ! (Bizenta)

De la même manière que dans le cas des enfants, une entreprise va mieux se porter si elle est suivie et accompagnée lors de son démarrage et aussi lors de son développement. Dès lors, une gestion financière correctement anticipée permet la survie de l'entreprise créée et ouvre également vers une possible croissance aussi bien du chiffre d'affaires que de la taille de l'entreprise au travers de l'embauche de salariés.

Dans l'étude effectuée, deux groupes de femmes différentes apparaissent quand il s'agit de comprendre les ambitions de croissance. D'une part, il y a les femmes qui ne cherchent pas la croissance car elles embrassent un choix de vie de non-croissance. Il s'agit ici des micro-entreprises, ou entreprises en solo, pour lesquelles les femmes travaillent déjà seules ou en réseau mais qui ne veulent pas monter une structure organisationnelle de plus grande taille.

Je n'ai pas d'objectif de développer pour développer et du coup potentiellement générer plus d'argent que ce dont j'aurais besoin en y consacrant plus de temps (Sofia)

Un deuxième groupe d'entrepreneures regarde plus sur des possibilités de développement et donc de croissance. Deux cas de figure apparaissent dans ce groupe. D'une part, les femmes du premier sous groupe cherchent à accroître leur entreprise mais de manière timide et prudente. Elles abordent l'idée d'un futur développement avec une certaine peur du fait de difficultés anticipées réelles ou supposées à un accès au financement.

D'autre part, les femmes du deuxième sous groupe estiment que la croissance peut nuire à leur conciliation vie professionnelle/vie familiale. Toutefois, dans ce sous-groupe, la non-croissance se présente comme conjoncturelle et correspond à des mères d'enfants en bas âge. Dès lors, ces femmes pourraient être accompagnées vers un développement de leurs entreprises une fois le projet entrepreneurial stabilisé avec des enfants plus âgés.

Néanmoins, il est très difficile de parler de croissance sans aborder le lien que les femmes entretiennent avec l'idée de gérer de l'argent ou de maximiser des revenus financiers.

Peut-être que les femmes, on a des problèmes avec l'argent. Nous avons un rapport particulier avec l'argent, on a du mal à faire beaucoup d'argent (Luzia)

Il s'agit d'un aspect de nature sociologique et culturelle profonde, ancré dans l'esprit des femmes, qui met en lumière le fait que les femmes ne sont pas en général « éduquées » à faire d'association entre le succès et l'argent, établissant pour elles-mêmes d'autres mesures de réussite non économiques.

Par conséquent, il semble primordial d'intégrer aux programmes d'accompagnement à la croissance des ateliers de réflexion et de formation ouvrant sur un travail pour faire tomber les barrières psychologiques face à l'argent, et suivi d'une possibilité d'accès à des lignes de crédit. Aussi, des initiatives en ce sens commencent à se diffuser au niveau des pouvoirs publics comme celle de la volonté de faciliter l'accès au financement des projets portés par des femmes.

Fiche action n°5 du PAR 2018-2020 sur la facilitation du financement des projets portés par des femmes créatrices et repreneuses d'entreprises (Extraits).

Sept objectifs sont recherchés :

- « Favoriser l'accroissement des financements accordés aux femmes créatrices et repreneuses d'entreprises » ;
- « Former les conseiller.es à l'accueil des femmes entrepreneures et aux outils de financements qui leurs sont dédiés » ;
- « Mieux informer les femmes entrepreneures sur les financements auxquels elles peuvent prétendre » ;
- « Favoriser la mise en réseau des femmes entrepreneures avec les partenaires utiles » ;
- « Animer un réseau de référent.es entrepreneuriat au sein des réseaux bancaires » ;
- « Promouvoir le Fonds de garantie pour la création, la reprise et le développement d'entreprise à l'initiative des femmes (FGIF) » ;
- « Favoriser l'accès des femmes entrepreneures au micro-crédit professionnel ».

Il reste que ce n'est pas parce que la ressource existe qu'elle sera utilisée par les femmes qui entreprennent.

L'analyse des résultats de notre étude montre à cet égard, et ce en continuation du problème des barrières psychologiques face à l'argent, qu'une partie des mères entrepreneures interrogées ne désirent pas utiliser des financements externes.

Je n'ai pas trop envie de partir sur des crédits et d'avoir tout de suite des charges et de devoir financièrement à quelqu'un (Enea)

Autrement dit, si les actions en faveur d'un meilleur accès et de plus de disponibilités à des financements sont réellement des avancées, elles ne peuvent à elles seules contribuer à changer les attitudes et les comportements des femmes, mères et entrepreneures. Un travail en profondeur avec et pour les femmes doit tout d'abord être entrepris en ce qui concerne leur motivation à la croissance, leur regard porté sur l'argent et sur le succès économique ainsi que sur les manières de réussir à un « débloqué » ou une révision de leurs perceptions en ce qui concerne l'endettement.

REFERENCES

- Acs, Z.J., Stam, E., Audretsch, D. B., O'Connor, A. (2017), The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, Vol. 49, n°1, pp. 1-10.
- Ascher, J. (2012), Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination, *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, Vol. 8, n° 4, pp. 97-114.
- Bourgain, M., Chaudat, P. (2015). Vie professionnelle et maternité : représentations comparées de jeunes entrepreneures et cadres en TPE et PME en croissance. *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol 14, n°2-3, pp. 83-108.
- Brush, C., de Bruin, A., Welter, F. (2009), A gender-aware framework for women's entrepreneurship, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1, n° 1, pp. 8-24.
- Brush, C. (1992), Research on Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective and Future Direction, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, n° 4, pp. 5-30.
- Brush, C., Carter N.M., Gatewood, E.J., Greene, P.G., Hart, M.M. (2001), The Diana project: Women business owners and equity capital: The myths dispelled, Kansas City, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Brush, C., Edelman, L., Manolova, T., & Welter, F. (2018), A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, Vol. 53, n°2, pp. 393–408.
- Budde-Sung, A. Bullough, A., Kalafatoglu, T. Moore, F. (2019), Yes We Can, But How? Women's Representation in Global Business, Special Issue on Gender in International Business, *Academy of International Business Insights*, Vol. 19, n°4, pp. 3-6.
- Buttner, E.H., Moore, D.P. (1997), Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success, *Journal of Small Business Management*, Vol. 35, n° 1, pp. 34-46.
- Charpentier M., Fabre, V. (2019), L'entrepreneuriat au féminin rime avec jeunesse, qualification et services, *Insee Flash Nouvelle-Aquitaine*, n° 46 (paru le 7 mars 2019).
- Cornet, A., Constantinidis, C. (2004), Entreprendre au féminin. Une réalité multiple et des attentes différenciées, *Revue Française de Gestion*, n° 151, pp. 191-204.
- Coughlin, J.H., Thomas, A.R. (2002). The rise of women entrepreneurs: People, processes and global trends. Westport, CT: Quorum Books.
- Cromie, S. (1987), Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs, *Journal of Occupational Behavior*, Vol. 8, n° 3, pp. 251-261.
- d'Andria, A. & Gabarret, I. (2017), *Building 21st Century Entrepreneurship*, ISTE – Wiley.
- d'Andria, A., Gabarret, I. (2016), Femmes et entrepreneurs : Trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine, *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 15, n°3-4, pp. 85-104.
- d'Andria, A., Gabarret, I. (2017), Etude de la motivation entrepreneuriale des mampreneurs françaises, *Revue Internationale PME*, Vol. 30, n°1, p. 155-181.
- de Bruin et al., 2006 ;
- Elam, A. Brush, C., Greene, P. Baumer, B., Dean, M., Heavlow, R. (2019), Global Entrepreneurship Monitor, 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report, *Global Entrepreneurship Research Association*, London Business School.
- Ettl, K., Welter, F. (2010), Gender, context and entrepreneurial learning, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 2, n° 2, pp. 108-129.
- Gabarret, I., Vedel, B. (2015), Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale. *La Revue des Sciences de Gestion*, n°271, pp. 13-20.

- Gatewood, E.J., Brush, C.G., Carter, N.M., Greene, P.G., Hart, M.M. (2009), Diana: a symbol of women entrepreneurs' hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship, *Small Business Economics*, Vol. 32, pp. 129–144.
- Gioia, D., Corley, K., Hamilton, A. (2012), Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology, *Organizational Research Methods*, Vol. 16, n°1, p. 15-31.
- Gourdon, H. (2020), *Les créations d'entreprises en 2019*, Insee Première n° 1790.
- Hughes, K.D. (2003), Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership, *Gender, Work and Organization*, Vol. 10, n° 4, pp. 433-454.
- Humbert, A.L., Drew, E. (2010), Gender, Entrepreneurship and Motivational Factors in an Irish Context, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 2, n°2, pp. 173-196
- Jennings, J., Brush, C. (2013), Research on Women Entrepreneurs, Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?, *The Academy of Management Annals*, pp. 665-713.
- Kirkwood, J. (2009), Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship, *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 24, n° 5, pp. 346-364.
- Langowitz, N., Minniti, M. (2007), The Entrepreneurial Propensity of Women, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31, n° 3, pp. 341-364.
- Lewis, P. (2006), The Quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship, *Gender, Work and Organization*, Vol. 13, n° 5, pp. 453-469.
- Lewis, P. (2013), The Search for an Authentic Entrepreneurial Identity: Difference and Professionalism among Women Business Owners", *Gender, Work and Organization*, Vol. 20, n° 3, pp. 252-266
- OECD/European Union (2017), *The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship*, OECD Publishing, Paris.
- Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. and M. Hay, (2002), Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report, Babson College, London Business School and Kauffman Foundation
- Shapiro, A. (1975), The Displaced Uncomfortable Entrepreneur, *Psychology Today*, n° 9, pp. 83-88.
- Shelton, L. (2006), Female Entrepreneurs, Work-Family Conflict, and Venture Performance: New Insights into the Work-Family Interface, *Journal of Small Business Management*, Vol. 44, n°2, pp. 285-297.
- Simonin, M. (2006), Women entrepreneurship, Business Strategy and International Business, Helsinki University of Technology, pp. 91–167.
- Stevenson, L. (1990), Some Methodological Problems Associated with Researching Women Entrepreneurs, *Journal of Business Ethics*; Vol. 9, n° 4-5, pp. 439-446.
- Verduijn, K., Essers, C. (2013), Questioning dominant entrepreneurship assumptions: the case of female ethnic minority entrepreneurs, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 25, n° 7–8, pp. 612–630.
- Vesper, K.H. (1980), *New Ventures Strategies*, Prentice-Hall.

Annexe 1 : Supports de communication pour l'appel à venir témoigner à l'initiative de l'Association Andere Nahia

1. Affiche de l'enquête



2. Communiqué de presse (Extraits)

Le jeudi 5 septembre 2019

MERES ENTREPRENEURES DU PAYS BASQUE : VENEZ TÊMOIGNER !

Concilier sa vie personnelle et professionnelle lorsque l'on est mère et cheffe d'entreprise est un défi du quotidien. Pour mieux comprendre qui sont ces « mampreneures » (mères et entrepreneures), comment elles s'organisent, quelles sont leurs difficultés et leurs besoins actuels, Andere Nahia organise **une grande enquête publique du 7 au 11 octobre 2019**.

Commerçantes, agricultrices, consultantes, artisanes... : vous menez une activité indépendante
+ Mamans : vous avez un ou des enfant(s) entre 0 et 12 ans
Contactez le 05.59.93.76.00 pour prendre rdv et participer à l'enquête !

POURQUOI S'INTERESSER AUX MERES ENTREPRENEURES ?

Trop souvent, les femmes qui gèrent une activité indépendante travaillent depuis leur domicile et sont confrontées à l'effet « multitâches ». Difficile en effet de combiner vie professionnelle et vie personnelle, lorsque l'on sait que 72% des tâches ménagères sont par exemple encore assumées par les femmes (INSEE, enquête emploi du temps 2010). Les dernières années montrent par ailleurs que l'âge à laquelle les femmes créent leur entreprise est de plus en plus bas : un quart d'entre elles ont aujourd'hui moins de 30 ans. Faire des enfants et créer son entreprise ne sont plus

désynchronisés dans le temps et s'assument de plus en plus simultanément, raison pour laquelle les mampreneurs ont besoin d'être entendues.

UNE PREMIERE TABLE RONDE ORGANISEE SUR LE SUJET EN 2018

En décembre 2018, Andere Nahia avait déjà organisé dans ses locaux à Itxassou une rencontre entre des cheffes ou créatrices d'entreprises et des structures de la petite enfance pour initier une réflexion collective sur des solutions adaptées de gardes d'enfants. Cette première journée a fait ressortir la nécessité d'aller plus loin dans la compréhension du profil, du fonctionnement et des besoins des mères entrepreneures sur le territoire du Pays Basque.

Pour approfondir le sujet, Andere Nahia a décidé de s'associer à deux chercheuses, Aude d'Andria (Université d'Evry-Val-d'Essonne) et Ines Gabarret (ESSCA), pour réaliser une enquête sur les mères entrepreneures du Pays Basque/Sud des Landes.

ENQUETE SUR LES MERES ENTREPRENEURES AU PAYS BASQUE

Du 7 au 11 octobre 2019, des entretiens individuels seront organisés dans différents lieux du Pays Basque (Itxassou, Anglet, Saint-Jean-le-Vieux) ou par téléphone. L'idée est de donner la parole à toutes les mères possédant des enfants de 0 à 12 ans et étant en parallèle cheffes ou en création d'entreprise (projet en phase finale de création). Un accent sera porté aux mères en situation de monoparentalité qui constituent aujourd'hui 20% des familles en France comme en Europe.

Cette étude servira de tremplin pour la mise en place d'actions dédiées. Tournée vers l'Economie Sociale et Solidaire, l'association Andere Nahia souhaite que les solutions trouvées à l'issue de l'enquête bénéficient aussi aux pères entrepreneurs (de plus en plus nombreux à se soucier de l'harmonisation de leurs temps de vie).

A PROPOS D'ANDERE NAHIA

Andere Nahia (« volonté de femme » en basque) est une association qui accompagne depuis près de 20 ans les femmes du Pays Basque/Sud-Landes/Béarn pour créer et gérer leur entreprise dans un objectif d'autonomie financière. Près de 250 femmes contactent chaque année ce collectif d'entrepreneures pour être accompagnées dans leur projet de création ou de développement d'activité indépendante. L'idée est de donner confiance aux femmes dans leur capacité à entreprendre avec un message phare : « Nous, on a pu le faire, pourquoi pas toi ? ».

CONTACT PRESSE

Linda RIEU

Chargée de mission projet « Mères entrepreneures »

action@anderenahia.asso.fr

06 20 20 14 13

3. Article de presse (Gara, 29/09/2019)

Acompañamiento integral e intercambio de experiencias

La asociación Andere Nahia lleva años apoyando y acompañando a las mujeres que desean crear su propio empleo y aportar al desarrollo local. Se trata de una red que conjuga y hace suyos los fundamentos de la Economía Social y Solidaria.

Con la fortaleza que le dan las diferentes competencias de sus miembros, las mujeres que tienen un proyecto de autoempleo o incluso de creación de una pequeña empresa y acuden a la asociación, pueden

beneficiarse de un acompañamiento personalizado y participar en diferentes talleres e intercambios de experiencias prácticas.

Todo ello, desde una perspectiva de integralidad del conjunto de cuestiones que repercuten en las mujeres emprendedoras a la hora de implantar su actividad. De ese modo, intentan cubrir las lagunas de las que adolecen las estructuras convencionales que se centran, sobre todo, en aspectos jurídicos y administrativos.

Con sus 140 miembros –30 de ellas voluntarias activas que tienen sus propias empresas en diferentes sectores– y sus 4 empleadas, también se ocupa de la gestión y animación del espacio coworking Habia. El centro situado en Itasu fue creado en marzo de 2018 fruto de la colaboración de la asociación con la Mancomunidad Vasca y con el Polo Territorial Errobi.

La cooperación transfronteriza está también dentro de sus líneas de acción. Desde hace ya diez años mantienen contactos con la federación Sattu y la

asociación Aspegi, entre otras. Han realizado jornadas conjuntas para intercambiar experiencias y complementar sus acciones con las competencias que posee cada ente.

Andere Nahia coopera, asimismo, con diferentes estructuras, organismos e instituciones, participa en planes en favor del empresariado femenino, lleva a cabo campañas de sensibilización e información sobre estas cuestiones, e impulsa acciones «para pasar de la igualdad en los derechos a la igualdad en los hechos». AM



INES GABARRET
INGENIERA Y ECONOMISTA

Es una de las dos investigadoras que van a realizar el estudio sobre las madres emprendedoras en Ipar Euskal Herria. Ingeniera y economista, ha publicado varios artículos científicos a nivel internacional. Trabaja en la Escuela Superior de Ciencias Comerciales (ESSCA) de Boulogne-Billancourt, donde es responsable del máster de emprendimiento.

«La conciliación trabajo-familia es la motivación principal de estas mujeres»

¿Qué son las "mampreneurs"?

Se trata de un concepto bastante nuevo. En los últimos años se está dando un debate sobre el emprendimiento femenino. Generalmente se ha estudiado al hombre emprendedor, aquel que tiene una buena idea, innovadora, que quiere ponerla en el mercado. Sobre esto hay mucha teorización. En cambio, sobre la mujer emprendedora se empezó bastante más tarde, hace unos 30 años. Pero, casi siempre, se trataba de estudios comparativos respecto al emprendimiento masculino, como si la realidad de la mujer fuera homogénea.

Desde hace una década hemos empezado a cuestionar esa tendencia porque consideramos que no se puede poner en el mismo saco a todas las mujeres creadoras de empresa, porque no todas son iguales y porque sus situaciones, sus proyectos de empresa, sus motivaciones y sus expectativas también son diversos. Hicimos un artículo científico para plasmar esas consideraciones.

En paralelo, empezó a emerger el concepto de las "mampreneurs" (madreemprendedoras) ligado a las mujeres que deciden crear su propia

empresa coincidiendo con la etapa de la maternidad.

¿Ese fenómeno no se daba antes?

No. Se trata de mujeres de una tipología concreta. Desde hace unos 15 o 20 años se ha dado un acceso masivo de las mujeres a la universidad, a la educación superior. Al realizar estudios largos y acceder a un trabajo, habitualmente crean una familia más tarde que las generaciones anteriores. Estas mujeres altamente cualificadas suelen tener trabajos que les exigen mucha dedicación y, al ser madres, se les complica la conciliación profesional con la familiar. Pero también se les complica la cabeza si deciden abandonar su trabajo, porque se trata de mujeres que son muy autónomas, que desean ser madres pero no quieren dejar de ser activas profesionalmente por su propia autoestima. Son mujeres muy capacitadas, habitualmente con un buen sueldo, que no quieren vivir del sueldo de la pareja (que, generalmente, también suele tener un buen sueldo).

Por tanto, no es necesariamente una cuestión de insuficiencia económica, ni de desarrollar ideas innovadoras para ponerlas en

el mercado. Más bien se trata de un problema de conciliación, de poder sentirse bien en todos los aspectos, ya sea en la pareja, en la maternidad o en su desarrollo profesional. Y de ahí surge el fenómeno de "mampreneur". Es una problemática que un grupo de unos 15 investigadores estamos estudiando en varios países, (EEUU, Inglaterra, Francia, Australia...).

¿Y logran esa conciliación?

Hay de todo. La pista que más se ha estudiado hasta ahora es la de que el emprendimiento permite la conciliación, es decir, los estudios se han basado en la motivación para convertirse en mampreneur. Sin embargo, cuanto más profundizamos en los estudios, más aparece que, para que tenga buenos resultados, hace falta ponerle tanto esfuerzo y tanto trabajo que al final se les complica la vida más que otra cosa. Con lo cual el problema continúa irresuelto.

Recientemente me he encontrado con el testimonio de una mampreneur cuya empresa empezó a ir tan bien que tuvo que empezar a viajar y, al final, ha tenido que coger a una niñera para ocuparse de su hijo.

¿Se culpabilizan cuando no llegan a conseguirlo?

Eso es una cuestión personal relacionada más bien con la capacidad de resiliencia. No se puede generalizar. Como en el caso de los emprendedores masculinos, depende de la aptitud de cada cual para sobreponerse y continuar.

Aparte de ese sector un tanto elitista, también hay madres que crean sus propias empresas pero en otras actividades en las que quizás les resulte más difícil lograr esa conciliación. Por ejemplo, una comerciante o una agricultora...

Efectivamente. Hasta ahora hemos hablado del fenómeno de mampreneur, que es un grupo de una tipología muy concreta, con alto nivel de estudios, muy localizado en la región parisina. Pero el emprendimiento femenino tiene muchas caras diferentes. Hay desde la familia monoparental hasta la familia ya constituida en la que la mujer tiene que asegurar la subsistencia, o mujeres que tienen una idea o que buscan una calidad de vida mejor. Por ejemplo, en el caso del estudio que vamos a realizar en el País Vasco, seguro que no nos

vamos a encontrar mayoritariamente con esta tipología de mampreneur.

El objetivo de nuestras encuestas es realizar una especie de panel y ver cuáles son las tendencias, qué tipo de emprendedoras encontramos en las distintas partes del territorio, cuáles son sus perfiles y sus necesidades. En cualquier caso, nos podremos valer de la literatura científica ya existente en las diferentes tipologías del emprendimiento femenino, porque actualmente esa teorización está bastante evolucionada. La idea es hacer un pantallazo que nos permita encontrar pistas de que den solución a los problemas que encontremos.

¿Han realizado algún estudio semejante en otras partes del Estado?

No. Realicé un estudio en el sur de Francia sobre creación de empresas en general en el que también se encontraban casos de emprendimiento femenino, pero no un estudio específico sobre ello. Nuestro trabajo como profesoras universitarias se centra, principalmente, en la actualización de los estudios teóricos publicados, porque estos envejecen ya que las situaciones van evolucionando y es necesario tener unas bases actualizadas para la enseñanza.

En el caso del trabajo encargado por Andere Nahia, se trata de hacer un estudio de constatación de lo que está pasando, es un informe. Pero después de eso quisieramos también publicar algún tipo de artículo científico, porque creemos que las conclusiones van a ser muy enriquecedoras. Vamos a tener muchos datos que analizar y estudiar. Estamos muy motivadas e ilusionadas, y esperamos que el trabajo sirva para estimular a las mujeres a crear sus propias empresas. AM

Annexe 2 : Codes des Concepts et dimensions (Extraits)

CODES D'IDENTIFICATION			
CODES THEMATIQUES	Concepts	Dimensions	Sous dimensions
Construction du projet professionnel		Etudes/Formation	3
		Vocation	3
		Insatisfaction	5
		Changement	7
		Caract. psycho.	9
		Déplacement	2
		Chômage	2
		Famille / lieu de vie	8
		Caract. du travail	3
		Création d'entreprise	9
	<i>Total</i>	8	51
Motivation entrepreneuriale		Nécessité	3
		(In)satisfaction	9
		Indépendance	7
		Conciliation travail / famille	3
		Opportunité	7
		Varia	10
	<i>Total</i>	6	39
Développement entrepreneurial		Réseau	4
		Croissance	10
		Conciliation taille/plaisir	12
		Evolution au futur	3
		Développement éco.	4
		Territoire	3
		<i>Total</i>	6
Difficultés ressenties		Manque d'argent	4
		Manque de formation	2
		Doute / peur	2
		Impatience	2
		<i>Total</i>	4
Conciliation vie professionnelle / vie familiale		Garde d'enfants	13
		Conciliation qualité de vie	8
		Varia	5
		<i>Total</i>	3
Ecosystème d'accompagnement à la création		Dispositifs d'aide	17
		Fonction de l'accompagnement	20
		<i>Total</i>	2

Ecosystème culturel			
		Aspects territoriaux	16
		Aspects familiaux	10
		Aspects individuels	8
		Aspects du travail	7
		Varia	4
	<i>Total</i>	5	35
Caractéristiques psychologiques			30
	<i>Total</i>	1	
Support			
		Support du conjoint	
		Support des enfants	
		Support famille	
		Support entourage	
		Support écosystème parentalité	
		Création / frais de garde	
	<i>Total</i>	6	
Autres			13
	Total	32	277

Annexe 3 : Synthèse des éléments descriptifs des mères entrepreneures de l'étude

	Prénom *	Age	Situation	Enfant(s)	Etudes	Entreprise	Date de création
1	Agustina	32	Pacsée	Enceinte 1er enfant	Brevet exploitation agri. + Educatrice	Ferme pédago. & insertion sociale	En cours
2	Anuxha	40	Mariée	2 enfants 9 et 12 ans	Bac+5 ingénieure + master	Cours de pilates	2019
3	Aurora	40	Mariée	2 enfants 7 et 10 ans	Bac techno. + Cap fleuriste	Cave à bières 1 associé	Octobre 2019
4	Balentina	40	Divorcée	2 enfants 11 et 14 ans	Formation hôtellerie et restauration	Café poussette 1 associée	En cours
5	Barbara	35	Divorcée	2 enfants 4 et 6 ans	Licence Bac + 3 commerce	Café poussette 1 associée	En cours
6	Beronika	36	Pacsée	1 enfant 7 ans	BTS assistante gestion PME	Office Manager	Juin 2019
7	Betixa	32	Mariée	3 enfants 2, 3 et 5 ans	Aide à Domicile + CAP couture	Retouches couture	Juillet 2019
8	Bitori	30	Pacsée	Enceinte du 1er enfant	Master 2 Droit Avocate	Avocate en profession libérale	Janvier 2016
9	Bizenta	38	Pacsée	2 enfants 8 et 11 ans	Licence management d'équipes prod. agroalimentaire	Consultante et formatrice en hygiène et sécurité alimentaire	Janvier 2019
10	Daniela	34	Mariée	1 enfant 2 ans	Bac + 5	Création de contenu pour site web	Mars 2015
11	Diana	48	Mariée	2 enfants 5 et 12 ans	Bac + 3 Educatrice de jeunes enfants	Livraison de plats avec des produits locaux pour entreprises	Arrêt activité Départ associée
12	Domeka	32	Séparée	1 enfant 2 ans	Master pro	Conseils & accompagnement de projets ESS.	Fin du projet Départ associé
13	Enea	29	En couple	1 enfant 1 an	Bac littéraire, Cap Joaillerie (pas fini)	Création de bijoux	Projet
14	Grazia	34	Mariée	1 enfant 3 ans	Doctorat en droit	Community manager	2017
15	Iratxe	42	Mariée	3 enfants 9, 10 et 13 ans	Licence pro développement de projet	Traiteur & livraison à domicile En couple	2019
16	Izar	32	Pacsée	2 enfants 1 et 2 ans	Master en chimie + Diplôme d'œnologie	Association d'éducation à l'alimentation 2 associées	2019
17	Lamia	32	En couple	2 enfants 1 mois et 5 ans	Licence pro géographie et Master en gestion	Scop accompagnement à la création d'entreprise et	

						suivi de projets transfrontaliers 4 associés	
18	Lavinia	39	Mariée	2 enfants 9 et 13 ans	Cap et brevet coiffure	Salon de coiffure	2009
19	Lidia	42	Mariée	2 enfants 11 et 13 ans	Bac + 2 travailleur social	Sophro-analyste, accompagnante périnatale et éducative	Juillet 2019
20	Lorea	41	Pacsée	2 enfants 3 et 6 ans	Bac + 4 maîtrise sciences éco.	Confection des vêtements pour enfants	Projet
21	Luzia	30	Pacsée	3 enfants 1, 3 et 5 ans	Brevet Pro préparatrice en pharmacie	Encadrement photo, laminage	2019
22	Milia	43	Seule	1 enfant 5 ans	BTS hôtellerie et restauration	Animation d'ateliers créatifs pour seniors	2019
23	Oïhana	31	Mariée	1 enfant 3 ans	Licence en traduction + Master 1 en commerce international	Correctrice indépendante en freelance	Projet
24	Oria	42	Séparée	2 enfants 7 et 10 ans	Bac +4 ingénierie réalisation de projets d'aménagement de sport et de loisirs	Cours particuliers de basque	2017
25	Paula	37	Mariée	2 enfants 10 et 13 ans	BAFA+ certificat d'aptitude aux fonctions d'encadrement	Maison partagée pour seniors en zone rurale 3 associés	En cours
26	Sofia	35	Pacsée	1 enfant 2 ans	Bac +5 Ecole d'ingénieur (Filière bois)	Accompagnement à la création de réseau prof. & collectifs	2018
27	Virginia	50	Pacsée	1 enfant 10 ans	Maitrise communication + DESS RH	Formation et conseil pour TPE PME	2017
28	Zelia	34	Pacsée	2 enfants 1 et 4 ans	Bac + 5 sciences de l'environnement	Apiculture avec son mari	Projet

(*) Les noms et prénoms des entrepreneures ne figurent pas dans ce rapport. Les cas sont présentés à partir d'un prénom d'emprunt choisi dans une liste de prénoms féminins basques
Source : <https://www.euskaltzaindia.eus/dok/eaeb/eoda/emakumezkoak.pdf>

